



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
SEDE LATACUNGA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL
CENTRO TURÍSTICO “CABAÑAS SAN JORGE”
LOCALIZADA EN LA PARROQUIA PASTOCALLE DEL
CANTÓN LATACUNGA”**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

ELABORADO POR:

DORIS ALEXANDRA VIERA CAJAS

DIRECTOR:

ING. ÁLVARO CARRILLO

CODIRECTOR:

ING. ELISABETH JIMÉNEZ

LATACUNGA, ENERO 2010

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por Doris Viera bajo nuestra supervisión.

ING. ÁLVARO CARRILLO P.; MBA
DIRECTOR DE TESIS

ING. ELISABETH JIMÉNEZ
CODIRECTORA DE TESIS

ING. MARÍA NAVAS.
DIRECTOR DE CARRERA

DR. RODRIGO VACA CORRALES
SECRETARIO ABOGADO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

ING. ÁLVARO CARRILLO P., MBA (DIRECTOR)

ING. ELISABETH JIMÉNEZ., MBA (CODIRECTORA)

El trabajo titulado “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO “CABAÑAS SAN JORGE” LOCALIZADA EN LA PARROQUIA PASTOCALLE DEL CANTÓN LATACUNGA**” realizado por la señorita Doris Viera ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que constituye un trabajo que coadyuvará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional **SI** recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de UN empastado y UN disco compacto el cual contiene los archivos en formato digital. Autorizan a la señorita Doris Viera que lo entreguen al Director de Carrera de Ingeniería Comercial.

Latacunga, enero del 2010

Ing. Álvaro Carrillo P., MBA
DIRECTOR

Ing. Elisabeth Jiménez
CODIRECTOR A

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Doris Viera

DECLARO QUE:

La Tesis de Grado titulada “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO “CABAÑAS SAN JORGE” LOCALIZADA EN LA PARROQUIA PASTOCALLE DEL CANTÓN LATACUNGA**” ha sido desarrollada en base a un profundo análisis e investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente el presente trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, enero del 2010

Doris Viera

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Doris Viera

Autorizo a la ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo de Grado titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO “CABAÑAS SAN JORGE” LOCALIZADA EN LA PARROQUIA PASTOCALLE DEL CANTÓN LATACUNGA”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, enero del 2010

Doris Viera

AGRADECIMIENTO

Expreso el más sincero agradecimiento a mis padres: el Sr. Julio Viera y la Sra. Mélida Cajas quienes son los principales gestores de la culminación de mi carrera universitaria, quienes gracias a todo su apoyo incondicional tanto moral como económico, y sobre todo con tanto esfuerzo que invirtieron en mí pudieron hacer realidad su sueño pensando en que algún día sea una profesional de éxito y ejemplo para mi familia.

A mis hermanos Rolando y Carlos quienes a la distancia con su ejemplo de valentía y lucha constante me apoyaban para poder salir adelante y cumplir con mi meta propuesta.

A mi hermano Bryan quien con su inocencia y carisma me ha llenado de felicidad y alegría y a la vez ha sido un gran impulso para lograr con este proyecto.

Al Ing. Álvaro Carrillo Director, A la Ing. Elisabeth Jiménez Codirectora de Tesis, quienes que con su sabiduría y entusiasmo depositaron en mí todos sus valiosos conocimientos para el desarrollo de este proyecto.

A la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga en especial a la facultad de Ciencias Administrativas por la enseñanza recibida y brindarme la oportunidad para formarme profesionalmente.

A todos los profesores los mismos que compartieron sus conocimientos y me dieron a conocer sus experiencias vividas en su lapso profesional lo cual me ayudó a tener una visión clara de mi carrera y sobre todo por brindarme su amistad en toda mi vida universitaria

A todos mis amigos y amigas los cuales compartieron muchas cosas ya sean buenas o malas pero que siempre estuvieron junto a mí brindándome una amistad sincera por esta razón nunca los olvidare los llevare siempre en mi corazón.

DORIS VIERA

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a quienes me acompañaron y motivaron a culminar esta etapa de formación profesional.

Con mucho cariño principalmente a mis padres que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento, no obstante que con sus absurdas comparaciones que me las recordaban siempre las mismas que me dolían en el fondo del alma pero ante todo esto les doy gracias por todo, sobre todo por la paciencia que me supieron tener, no puedo dejar de decírlas que sin ustedes a mi lado no hubiera logrado tan anhelado sueño

A mis hermanos quienes llenos de satisfacción por inducirme a culminar mi carrera profesional.

En fin es por ello que les dedico este esfuerzo lleno de esmero y gratitud, gracias por brindarme sus sabios consejos valores y principios que siempre los llevare en mi corazón.

DORIS VIERA

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁG.
PRELIMINARES	
Portada	I
Certificado	II
Agradecimiento	III
Dedicatoria	IV
Índice	VI
CAPÍTULO I:	
1. GENERALIDADES	
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO	4
1.2.1.1 Objetivo General	4
1.2.1.2 Objetivos Específicos	4
1.3 FUNDAMENTACION TEÓRICA	
1.3.1 Proyectos de Inversión.	5
1.3.1.1 Definición del proyecto	5
1.3.1.2 Fases del Proyecto	5
1.3.1.2.1 Estudio de Mercado	5
1.3.1.2.2 Estudio Técnico	6
1.3.1.2.3 Estudio Financiero	7
1.3.1.2.4 Estudio Administrativo	7
1.3.2 Turismo	8
1.3.2.1. El Turismo Sustentable	8
1.3.2.2. Turismo Participativo	12
1.3.2.3. La Cadena de Valor en el Turismo	15
1.3.2.4. Sistema Turístico	16
1.3.2.4.1 Elementos del sistema	17
1.3.2.4.2. Servicios Turísticos	19
CAPÍTULO II:	
2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CENTRO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA PASTOCALLE	
2.1 MACROAMBIENTE	20
2.1.1 Demografía	21
2.1.2 Económico	23
2.1.2.1. Tasa de Inflación	23
2.1.2.2. Tasas de Interés	25
2.1.2.3. Producto Interno Bruto	26
2.1.3. Socio – Cultura	27
2.1.4. Político – Legal	31
2.1.5. Tecnología	33
2.1.6. Medio Ambiente	34

2.2.	FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL PROYECTO	40
2.2.1.	Fortalezas	40
2.2.2.	Oportunidades	40
2.2.3.	Debilidades	41
2.2.4.	Amenazas	41

CAPÍTULO III:

3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	
3.1.	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	42
3.1.1.	Antecedentes	42
3.1.2.	El Turismo en el Ecuador	43
3.1.2.1.	Región Andina	43
3.1.2.2.	Región Costa	44
3.1.2.3.	Región Amazónica	46
3.1.2.4.	Región Insular	46
3.1.2.5.	Establecimientos Hoteleros	47
3.1.3.	El Turismo en Cotopaxi	49
3.1.3.1.	Establecimientos Hoteleros	51
3.1.4.	El Turismo en Pastocalle	52
3.1.4.1.	Atractivos Turísticos	54
3.1.4.2.	Servicios Turísticos Disponibles	55
3.2.	INVESTIGACIÓN DEMERCADO	56
3.2.1.	Objetivos	56
3.2.2.	Plan de Muestreo	57
3.2.2.1.	Limitación Geográfica	57
3.2.2.2.	Población	57
3.2.2.3.	Tamaño de la Población (N)	57
3.2.2.4.	Error de la Estimación (e)	58
3.2.2.5.	Probabilidad	58
3.2.2.6.	Tamaño de la Muestra	58
3.2.2.7.	Método	59
3.2.3.	Cuestionario	59
3.2.4.	Resultados	59
3.2.4.1.	Turistas en Transito	60
3.3.	OFERTA Y DEMANDA	65
3.3.1.	Oferta	65
3.3.1.1.	El Precio en el Mercado	66
3.3.1.2.	Servicios de Complejos y Hosterías	67
3.3.2.	Demanda	67
3.3.2.1.	Demanda Actual	70
3.3.2.2.	Proyección de la Demanda	70
3.3.3.	Demanda Insatisfecha	71
3.3.4.	Ingresos estimados del Proyecto	72

CAPÍTULO IV:

4.	ESTUDIO TÉCNICO	
4.1.	DEFINICIÓN DEL SERVICIO	

4.1.1.	Antecedentes	73
4.1.2.	Sector Geográfico	73
4.1.3.	Servicios a Ofertarse	78
4.1.4.	Paquetes turísticos	83
4.2.	TAMAÑO ÓPTIMO	84
4.2.1	El Mercado	84
4.2.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros	85
4.3.	LOCALIZACIÓN	86
4.4.	CAPACIDAD INSTALADA	91
4.5.	REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS	91
4.5.1.	Activos Fijos	91
4.5.2.	Capital de Trabajo	95
4.5.3.	Recursos Humanos	95
4.5.4.	Menaje	97
4.5.5.	Gastos de Constitución	98

CAPÍTULO V:

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1.	SUPUESTOS DE PROYECCIÓN FINANCIERA	99
5.2.	INVERSIÓN	100
5.3.	FINANCIAMIENTO	101
5.4.	PRESUPUESTOS OPERATIVOS	103
5.4.1.	Gastos	103
5.4.2.	Presupuestos de Ventas	104
5.5.	ESTADOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS	104
5.5.1.	Estado de Pérdidas y Ganancias	104
5.5.2.	Flujo de Caja Proyectado	106
5.5.3.	Balance de Situación General	108

CAPÍTULO VI:

6. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1.	RATIOS FINANCIEROS	109
6.2.	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	126
6.3.	EL COSTO DE OPORTUNIDAD	128
6.4.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	128
6.5.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	131
6.6.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	131
6.7.	RELACIÓN BENEFICIO COSTO	131
6.8.	DECISIÓN FINANCIERA	132

CAPÍTULO VII:

7. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

7.1.	VISIÓN	133
7.2.	MISIÓN	133
7.3.	OBJETIVOS EMPRESARIALES	133
7.4.	ESTRATEGIAS	134
7.5.	VALORES DE LA EMPRESA	135

7.6.	ORGANIGRAMA	137
7.7.	ESTRUCTURA FUNCIONAL	138
7.8.	CONSTITUCIÓN JURÍDICA	139

CAPÍTULO VIII:

8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
8.1.	CONCLUSIONES	145
8.2.	RECOMENDACIONES	146

BIBLIOGRAFÍA:

BIBLIOGRAFÍA	147 - 148
--------------	-----------

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

GRÁFICOS

CAPÍTULO I:

1. GENERALIDADES

GRÁFICO No. 1.1.	Cadena de Valor del Turismo	15
GRÁFICO No. 1.2.	Componentes del Sistema Turístico	18

CAPÍTULO II:

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CENTRO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA PASTOCALLE.

GRÁFICO No. 2.1.	Factores del Macroambiente	20
------------------	----------------------------	----

CAPÍTULO III:

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

GRÁFICO No. 3.1.	Cascada de Cunuyacu	55
GRÁFICO No. 3.2.	Guías Turísticos	56

CAPÍTULO IV:

4. ESTUDIO TÉCNICO

GRÁFICO No. 4.1.	Recursos Turísticos Naturales cráter del Volcán Cotopaxi	75
GRÁFICO No. 4.2.	Recursos Turísticos Naturales Volcán Cotopaxi	76
GRÁFICO No. 4.3.	Recursos Turísticos Naturales Ilinizas	77
GRÁFICO No. 4.4.	Áreas para Infraestructura	81
GRÁFICO No. 4.5.	Áreas Verde	82
GRÁFICO No. 4.6.	Localización Provincia del Cotopaxi	89
GRÁFICO No. 4.7.	Localización	90

CAPÍTULO VII:

7. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

GRÁFICO No. 7.1.	Organigrama	137
------------------	-------------	-----

TABLAS

CAPÍTULO II:

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CENTRO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA PASTOCALLE.

TABLA No. 2.1.	Indicadores Demográficos Ecuador y Cotopaxi	21
TABLA No. 2.2.	Indicadores Geográficos Ecuador y Cotopaxi	22
TABLA No. 2.3.	Población Ecuador y Cotopaxi	22
TABLA No. 2.4.	Población Económicamente Activa	23
TABLA No. 2.5.	Inflación	24
TABLA No. 2.6.	Tasa de Interés Activa	25
TABLA No. 2.7.	Variación Anual PIB	26
TABLA No. 2.8.	Indicadores Socio Económico	28

CAPÍTULO III:

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

TABLA No. 3.1.	Establecimientos Hoteleros	48
TABLA No. 3.2.	Categorías de Establecimientos Hoteleros	49
TABLA No. 3.3.	Establecimientos Hoteleros	52
TABLA No. 3.4.	Población	57
TABLA No. 3.5.	Tamaño de la Población	57
TABLA No. 3.6.	Tamaño de la Muestra	59
TABLA No. 3.7.	Procedencia del Turista	60
TABLA No. 3.8.	Días de Turismo en Ecuador	60
TABLA No. 3.9.	Frecuencia de Visita	61
TABLA No. 3.10.	Razones de Visita	61
TABLA No. 3.11.	Lugares Turísticos	62
TABLA No. 3.12.	Medios de Información	63
TABLA No. 3.13.	Lugar de Alojamiento	63
TABLA No. 3.14.	Acompañantes Viajeros	64
TABLA No. 3.15.	Conocimiento del Curso	64
TABLA No. 3.16.	Intención de Hospedaje	65
TABLA No. 3.17.	Oferta	66
TABLA No. 3.18.	Precios	66
TABLA No. 3.19.	Preferencias Turísticas en el Ecuador	69
TABLA No. 3.20.	Atractivos Turísticos Cotopaxi	69
TABLA No. 3.21.	Estimación Demanda Actual	70
TABLA No. 3.22.	Proyección de la Demanda	71
TABLA No. 3.23.	Proyección de la Demanda Insatisfecha No. Turistas	71
TABLA No. 3.24.	Proyección de Ingresos por Año	71

CAPÍTULO IV:

4. ESTUDIO TÉCNICO

TABLA No. 4.1.	Demanda Insatisfecha - No. Turistas	84
TABLA No. 4.2.	Demanda Ideal Proyecto – No. Turistas	85
TABLA No. 4.3.	Capacidad Instalada del Proyecto	91

TABLA No. 4.4.	Cabañas	92
TABLA No. 4.5.	Áreas Administrativas	93
TABLA No. 4.6.	Áreas Verdes y Recreación	93
TABLA No. 4.7.	Equipos y Herramientas	94
TABLA No. 4.8.	Muebles y Enseres	95
TABLA No. 4.9.	Capital de Trabajo Estimado	95
TABLA No. 4.10.	Personal Requerido	96
TABLA No. 4.11.	Menaje	97
TABLA No. 4.12.	Gastos de Constitución	98

CAPÍTULO V:

5. ESTUDIO FINANCIERO

TABLA No. 5.1.	Inversión Inicial	101
TABLA No. 5.2.	Financiamiento	102
TABLA No. 5.3.	Tabla de Amortización	102
TABLA No. 5.4.	Costos y Gastos	103
TABLA No. 5.5.	Presupuestos de Ventas	104
TABLA No. 5.6.	Estado de Pérdidas y Ganancias Presupuestado	105
TABLA No. 5.7.	Flujo de Efectivo Método Directo	107
TABLA No. 5.8.	Balance de Situación Inicial	108

CAPÍTULO VI:

6. EVALUACIÓN FINANCIERA

TABLA No. 6.1.	Análisis Vertical del Estado de Resultados	122
TABLA No. 6.2.	Índices Financieros – Composición – Apalancamiento	123
TABLA No. 6.3.	Índices Financieros – Liquidez	124
TABLA No. 6.4.	Índices Financieros – Rentabilidad	125
TABLA No. 6.5.	Punto de Equilibrio	127
TABLA No. 6.6.	Tasa Interna de Entorno del Inversionista	130
TABLA No. 6.7.	Evaluación Financiera	132

CAPÍTULO VII:

7. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

TABLA No. 7.1.	Personal	138
TABLA No. 7.2.	Funciones del Personal	138

ANEXOS

ANEXO No. 1. Encuesta	149
ANEXO No. 2. Depreciación y Mantenimiento	151
ANEXO No. 3. Política de Cobro / Pagos	152
ANEXO No. 4. Costos de Restaurante	153
ANEXO No. 5. Suministros y Servicios	154
ANEXO No. 6. Valor de Rescate	155

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las industrias de mayor crecimiento en el mundo y las ofertas son infinitas, las personas tienen preferencia por el turismo de compras, cultura y biodiversidad, esta última necesidad de turismo puede ser plenamente ofertada y satisfecha en el Ecuador, ya que el país está entre los diecisiete países con mayor mega diversidad del planeta, debido a que en su territorio se encuentran gran variedad de regiones naturales como son: florestas selváticas, costas tropicales, cordilleras montañosas, confluencia de corrientes marinas frías y cálidas.

La Reserva Ecológica de los Ilinizas se ubica en la vertiente occidental de la Cordillera de los Andes, en el Ecuador, es una de las áreas más jóvenes del Sistema actualmente es manejada por el Ministerio del Ambiente, el área de la reserva es 149.900 hectáreas con una temperatura que fluctúa entre los 8^o y 14^oC La reserva ecológica los Ilinizas posee atractivos de gran belleza e importancia gracias al rico potencial natural y cultural, por esto que recibe una gran afluencia de turismo nacional y extranjero, según datos del ministerio del ambiente en el 2007 ingresaron 1353 turistas en el 2008 se estima que las visitas se incrementaron en un 7%.

La parroquia de Pastocalle ubicada en el faldas de la reserva, cuenta con productos turísticos como platos típicos, cultura, y artesanías, que son solo conocidas por sus habitantes con una población de 9.333 personas,

y conociendo que en la Parroquia de Pastocalle no existen empresas que brinden servicios turísticos básicos como hospedaje y alimentación, proponemos la creación del complejo turístico Cabañas San Jorge el cual busca contribuir en el mejoramiento de los servicios de turismo comunitario como estrategia para mejorar la economía familiar y seguridad alimentaria de sus miembros aprovechando los recursos naturales y culturales de la reserva ecológica los Ilinizas y la parroquia de Pastocalle.

Cabañas San Jorge será una cabaña especializada en brindar servicios turísticos y de Aventura; estos Estarán dirigidos a las personas que busquen alternativas diferentes de recreación y sano esparcimiento en espacios naturales, generando actitudes de amor y respeto hacia la naturaleza y comunidades mediante el trato amable, cordial y educación Eco-ambiental, satisfaciendo así las necesidades de los turistas y público en general.

Cabañas San Jorge es una pequeña empresa donde el turista encontrara un lugar tranquilo, acogedor y seguro para disfrutar de un paseo ideal ubicado en el centro de los Volcanes Cotopaxi y los Ilinizas además de circuitos turísticos guiados a los diferentes atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi, dirigida específicamente al turista extranjero que tiene una estadía de tránsito en la ciudad de Latacunga y Quito, y que busca conocer lugares diferentes y a su vez practicar algún deporte de aventura.

En el proyecto se desarrollará el estudio de mercado para conocer el potencial de ventas de acuerdo a la demanda insatisfecha identificada; el estudio técnico permitirá conocer los recursos que se requieren para la puesta en marcha de la empresa y su localización óptima; el estudio financiero se realizará para determinar los presupuestos de ingresos y

gastos, así como también analizar y evaluar financieramente la factibilidad del proyecto; mediante el estudio administrativo se definirán los lineamientos estratégicos y de organización bajo los cuales funcionará el complejo turístico; y a través del estudio ecológico se establecen las acciones de cuidado y reserva del ambiente.

El diseño de éste proyecto se lo plantea para aprovechar las nuevas formas de hacer negocios, dejando de lado las empresas comerciales y las de producción, y enfocándose a la explotación de la principal riqueza que tiene el Ecuador que es el sector turístico, en nuestra provincia existen potenciales turísticos que no son explotados, y a través de la creación de cabañas turísticas con apoyo comunitario se solucionan algunos problemas como son la generación de fuentes de trabajo, el incremento de turistas nacionales y extranjeros, desarrollo económico y social de la parroquia de Pastocalle. Además el gobierno nacional promueve y apoya el desarrollo de estas iniciativas turísticas a través de préstamos para capital de trabajo que otorga la CFN y asesoramiento gratuito mediante capacitación en el Ministerio de Turismo.

Para desarrollar el proyecto se busca concretar alianzas estratégicas con inversionistas privados, "Plandetour 2020" del MINTUR y el trabajo con la comunidad para generar valores agregados. Principalmente para llegar al turista extranjero se activará una página web en el internet, una valla publicitaria en la entrada a Pastocalle y publicaciones en revistas especializadas como CAPTUR, visitas a empresas públicas, privadas e instituciones educativas de la provincia; y comisión a agencias por cada contrato.

1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad de creación del Centro Turístico “Cabañas San Jorge” localizada en la parroquia Pastocalle del cantón Latacunga, con la finalidad de establecer técnicamente el atractivo de inversión.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar los factores internos y externos para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que impactan en el proyecto.
- Elaborar el estudio de mercado con la finalidad de conocer la oferta, demanda y la demanda insatisfecha.
- Diseñar el estudio técnico para establecer la localización y tamaño óptimo del centro turístico.
- Desarrollar el estudio financiero donde se pueda analizar: la inversión, financiamiento, presupuestos, capital del trabajo, depreciaciones y estados financieros para periodos de cinco años, con la finalidad de identificar la situación financiera de la empresa durante la ejecución del proyecto.
- Evaluar el proyecto que permitirá valorar la factibilidad económica-financiera del mismo con el fin de determinar su posible aplicación en este mercado.
- Evaluar el Impacto ambiental del proyecto con la finalidad de establecer estrategias que preserven la ecología del sector de influencia.

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.3.1. Proyectos de Inversión

1.3.1.1. DEFINICIÓN DE PROYECTO

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias”.¹

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

1.3.1.2. FASES DEL PROYECTO

1.3.1.2.1. Estudio de Mercado

“Es la primera parte de la investigación formal del estudio, el objetivo de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración de un producto o servicio en un mercado determinado”²; con el estudio bien

¹ www.monografias.com

² BACA URBINA GABRIEL. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. PÁG. 7. RESUMEN.

realizado el investigador podrá sentir el riesgo que corre y la posibilidad de éxito. El objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir el producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para que sirve?, ¿Cuál es su "unidad": piezas, litros, kilos, etc.?, después se debe ver cual es la demanda de este producto, a quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en le área donde esta el "mercado".

Una vez determinada, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia ¿De donde obtiene el mercado ese producto ahora?, ¿Cuántas tiendas o talleres hay?, ¿Se importa de otros lugares?, se debe hacer una estimación de cuanto se oferta. De la oferta y demanda, definirá cuanto será lo que se oferte, y a que precio, este será el presupuesto de ventas. Un presupuesto es una proyección a futuro.

1.3.1.2.2. Estudio Técnico

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- ¿Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto?.
- ¿Donde obtener los materiales o materia prima?
- ¿Qué maquinas y procesos usar?
- ¿Qué personal es necesario para llevar a cabo este proyecto?

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

1.3.1.2.3. Estudio Financiero

Permitirá el desarrollo de estados proyectados en un lapso de cinco años, y así determinar el punto de equilibrio del proyecto y principalmente conocer la rentabilidad. Según el autor Baca Urbina Gabriel, el análisis económico pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cual será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.³

En general la mayor parte de las inversiones, se debe efectuar antes de la puesta en operación, pero algunas veces se tiene que considerar inversiones también durante la operación del proyecto, como es el caso de reemplazo de equipo o cuando desde la etapa de proyecto se realizan cálculos de posibles aumentos posteriores de capacidad instalada en la infraestructura del mismo. También es importante conocer el detalle de los diferentes criterios para estimar los recursos financieros necesarios a fin de estructurar el capital de trabajo requerido para operar el proyecto.⁴

1.3.1.2.4. Estudio Administrativo

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya esta formada.

- Que régimen fiscal es le más conveniente.
- Que pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.

³ BACA Urbina Gabriel "proyectos", Pág. 160,edición ,McGraw Hill Interamericana

⁴ OCAMPO JOSÉ ELISEO "PROYECTOS" PÁG.,14,EDICIÓN ,,CONTINENTAL

- Como organizaras la empresa cuando el proyecto este en operación.

En las empresas nuevas, los directivos a veces están tan ocupados que no tienen tiempo para planear. En las empresas pequeñas, muchos directivos piensan que solo las grandes corporaciones necesitan planes formales. En las empresas maduras, muchos directivos aseguran que han obtenido buenos resultados sin una planeación formal, así que no puede ser muy importante que digamos. Tal vez estos directivos se resistan a gastar el tiempo que toma preparar un plan por escrito, o tal vez argumenten que el mercado cambia con tanta rapidez que los planes no sirven de nada, como no sea para empolvase en un rincón. El proceso de crear y mantener una congruencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing cambiantes. Implica definir una misión clara para la empresa establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera de negocios sólida y coordinar estrategias funcionales.⁵

1.3.2. Turismo

1.3.2.1. EL TURISMO SUSTENTABLE

El concepto Sustentable como filosofía de gestión y enfoque de aprovechamiento de recursos está introduciéndose en todos los niveles de política y práctica vinculadas al turismo, a escala local y global. La gestión del turismo sustentable del entorno natural y físico, hoy más que nunca, debe coexistir con los objetivos económicos, socioculturales, ambientales y de seguridad de las localidades y las naciones.

⁵ PHILLIP KOTLER (1993) "DIRECCIÓN DE LA MERCADOTECNIA (ANÁLISIS, PLANEACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL) 7A. EDICIÓN. PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA S.A. NAUCALPAN DE JUÁREZ. EDO. MÉXICO. PAG. 44.

Desde comienzos del siglo XXI existe un consenso más o menos generalizado que las perturbaciones ambientales constituyen uno de los mayores desafíos de la humanidad, al igual que tratar de satisfacer las demandas mínimas de una población que crece constantemente, en el contexto de la proporción de pobres y marginados que aumenta de manera dinámica. Sin duda que el problema del desarrollo se enfrenta y se opone al de la calidad ambiental. Habida cuenta de las características de los modelos de desarrollo económico y social, soportados en un conocimiento científico insuficiente y en un arsenal tecnológico que genera un notable impacto ambiental.

Este conjunto entrecruzado de causas y efectos, amenaza gravemente las posibilidades de sobrevivencia de las civilizaciones contemporáneas, porque la capacidad de carga del planeta se encuentra seriamente comprometida. Prueba de ello, es la tala inmoderada de los bosques y el agotamiento de las reservas de agua dulce, el deterioro de los sistemas atmosféricos y climáticos, la erosión y las diversas formas de contaminación.

La búsqueda del equilibrio entre el crecimiento económico y la protección de los recursos naturales ha obligado por igual a las naciones ricas y pobres a cooperar en el desarrollo del turismo sostenible, a la vez que compiten por el turismo internacional.

Para que la sustentabilidad adquiera una estatura real, que incida de una manera determinante en los procesos sociales, requiere del desarrollo de una nueva generación de valores y de conceptos, de metodologías e instrumentos, todos ellos congruentes entre sí, para conformar un paradigma en áreas de los rendimientos económicos y financieros, sobre la base de una tecnología que es apropiada para el medio ambiente.

Este nuevo paradigma no resulta del agregado o suma del análisis de aspectos geológicos, hidrológicos u oceanográficos; sino del establecimiento de una amplia base conceptual, teórica e instrumental que incorpore la especificidad de los diversos fenómenos turísticos, y de los impactos que generan.

El desarrollo del turismo sustentable, como se utiliza en este documento, significa lograr el crecimiento de tal manera que no agote el medio ambiente natural y construido y preserve la cultura de la comunidad local. Esto quiere decir que deberán usarse, pero no agotarse, los recursos naturales y físicos locales. Significa también que se deberá preservar y enriquecer el patrimonio cultural local.

Dentro del concepto del desarrollo del turismo sustentable, se reconoce cada vez más claramente que la ordenación sostenible de los recursos será conducente a una conservación aceptable y al establecimiento de productos turísticos de mayor calidad. Se reconoce así mismo que, en su mayor parte, los seres humanos tienen cierto control sobre el uso y la modificación del entorno de manera (positiva y negativa). En otras palabras, el turismo puede ser un instrumento para mejorar el medio ambiente, o para destruirlo.

Los elementos claves de la sostenibilidad del turismo son, entre otros, la satisfacción de las necesidades de los visitantes y de las comunidades que los reciben, así como la protección y el mejoramiento del atractivo turístico para el futuro, por ser parte de un recurso económico nacional.

La relación entre los turistas, las comunidades anfitrionas, los atractivos y el medio ambiente comprende un conjunto complejo de elementos interactivos, en la cual cada uno debe mantener su propia continuidad en

simbiosis con los demás, mediante el desarrollo de una relación mutuamente beneficiosa y positiva.

La preocupación por el medio ambiente se está convirtiendo rápidamente en un componente importantísimo de las estrategias de comercialización del turismo internacional; muy a menudo vemos incidentes en los que los visitantes no cuidan su entorno, lo que sugiere que los turistas y el medio ambiente pueden no ser totalmente compatibles.

El entorno en el cual interactúa el turismo es de gran alcance, e incluye no sólo el suelo, el agua, el aire, la flora y la fauna, sino también los cambios que el hombre ha creado, como la historia y el patrimonio cultural. El turista también debe prever las diferencias sociales y adaptarse a ellas, sobre todo si viaja al extranjero.

El "*medio ambiente*", en su definición amplia, es lo que atrae a muchos turistas en primer lugar. A menudo, cuanto mayor sea la combinación de elementos en un solo viaje --desde selvas tropicales a ruinas y canotaje-- más profunda y memorable será la experiencia. En otras palabras, el atractivo puede ser el ecosistema, la vida silvestre, la riqueza de los descubrimientos arqueológicos, el clima o la cultura sobre los cuales el turista ha leído o a visto por televisión. El mensaje más importante es que cualquiera que sea el medio ambiente, deberá nutrirse, modificarse y protegerse pensando en las generaciones futuras.

Lograr elevar la calidad de vida de una nación a través del turismo es un verdadero desafío, sobre todo en los primeros años de este milenio. No obstante, esta transformación intelectual no se da por sí misma, sino como parte integral de una política reglamentada y de un proceso de planificación para el desarrollo del turismo, impulsado por una comprensión universal del medio ambiente mundial. Tal política

únicamente tendrá éxito si la comunidad empresarial puede generar utilidades dentro de su compromiso con el desarrollo del turismo sostenible.

Entre los beneficios locales también se incluye el potencial de crear industrias internas rentables, como hoteles, restaurantes, sistemas de transporte, artículos de recuerdo y artesanías, y servicios de guías turísticos. Si el turismo local atrae grandes números de visitantes internacionales puede generar montos considerables de divisas. Otros beneficios podrían incluir:

- Diversificación de la economía local, sobre todo en zonas rurales, cuando el empleo en actividades agropecuarias puede ser esporádico o insuficiente;
- Estímulo de la economía rural al crear demanda de productos agropecuarios e inyectar capital;
- Estímulo de mejoras a la infraestructura local de transporte y comunicaciones, que beneficia a la población local.

1.3.2.2. TURISMO PARTICIPATIVO

El involucramiento del turista en las actividades cotidianas es una nueva demanda del turismo a nivel internacional, esto ha llevado a diferentes definiciones con contextos similares como son: el turismo ecológico, turismo rural agroturismo, turismo comunitario etc. Para este documento de acuerdo a los actuales conceptos utilizados a nivel nacional e internacional lo denominaremos turismo participativo que en el caso de las Cabañas San Jorge tendría la siguiente definición.

“Una inserción armónica y de participación social del turista en la vida cotidiana de una comunidad ecológica ecuatoriana, como una oportunidad

de intercambio cultural, en el cual la misma comunidad o sus integrantes participan en la definición, formulación y manejo de paquetes turísticos ecológicos e históricos culturales, dentro de un marco profesional y empresarial, y donde los beneficios (ingresos, fuentes de trabajo) sean un impulso significativo para el desarrollo socioeconómico y cultural de la comunidad”

Del concepto anterior se desprenden algunas acciones de planificación concreta y que pueden sintetizarse en los siguientes aspectos:

- Lograr una utilización óptima de los recursos humanos, naturales y culturales del sitio turístico que permitan su sostenimiento en el largo plazo
- Contribuir a la satisfacción de las necesidades y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad participante en el programa
- Satisfacer las necesidades de ocio recreativo en base al respeto a la naturaleza y a la cultura
- Transferir tecnologías adecuadas a la comunidad que garantice procesos de autogestión
- Constituirse en una fuente de generación de ingresos que permita la preservación de los niveles de calidad de los productos turísticos de la zona

El turismo participativo por lo señalado se ha convertido en una opción para obtener ingresos complementarios que neutralicen la dependencia excesiva de la población en los rubros de la agricultura y la ganadería, especialmente en la característica cíclica que estos tienen y que afecta la regularidad de los ingresos. Se pueden utilizar y consumir los productos propios de la finca, promocionar los valores culturales de la zona y exponer los avances en el campo productivo y socio organizativo, además

de ofrecer un servicio normalmente más accesible, más natural y menos costoso.

A menudo se cuestiona si el turismo sostenible puede ser económicamente viable para las empresas privadas y las comunidades locales y, a la vez, respetar las necesidades ecológicas, culturales y sociales. La respuesta debe tener en cuenta que sustentabilidad del turismo satisface las necesidades de los visitantes actuales y las de la comunidad que los recibe, en tanto protege y enriquece los aspectos ecológicos del atractivo turístico para el futuro.

No es fácil formular una política para lograr estos objetivos, pero un programa exitoso y bien administrado de turismo deberá tener en cuenta la necesidad de la gestión sostenible y tratar de alcanzar los objetivos económicos, ecológicos, sociales, culturales, sanitarios y de seguridad de la comunidad local y de la nación. En general, la mayoría de los estudios sobre el impacto del turismo sobre las comunidades locales han encontrado que un programa de turismo basado en estudios adecuados, bien planificados y bien administrados, que además tiene en cuenta el entorno local, natural y cultural, tiene buenas probabilidades de mejorar la economía local y la calidad de vida de los residentes locales.

Algunos de los beneficios económicos incluyen el desarrollo de nuevas actividades empresariales, la creación de empleo, el aumento del ingreso, el desarrollo de productos y el mejoramiento de la infraestructura, así como oportunidades especiales de vincularse con otros servicios y productos. Si el enfoque es el correcto, también puede promover el orgullo de la comunidad y redundar en una mejor calidad de vida.

La comunidad deberá evaluar cuidadosamente sus lugares y edificios históricos, sus tradiciones, su patrimonio cultural, sus atractivos y su

belleza natural. La sostenibilidad del turismo sugerirá entonces la preservación de estos valiosos activos para generaciones futuras y para generar ganancias económicas y sociales durante mucho tiempo. El valor económico de la protección de esos activos ayuda a las comunidades, grandes y pequeñas, a enriquecer el potencial de turismo global.

En estudios recientes se han demostrado que son cada vez más los viajeros interesados en ver y hacer más y están dispuestos a permanecer más tiempo y a gastar más dinero en zonas donde se da importancia a la cultura y al medio ambiente.

1.3.2.3. LA CADENA DE VALOR EN TURISMO

La cadena de valor de turismo, en especial dentro de las actividades turísticas alternativas en las que se incluye el turismo participativo, se diferencia de la cadena económica productiva normal en la que se involucra como el elemento principal uno o varios productos tangibles con la finalidad de ir agregando valor a cada una de las actividades e incrementar el valor agregado de una manera técnica.

La cadena de valor típica se encuentra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 1.1
CADENA DE VALOR DEL TURISMO



ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: MITUR

FECHA: JUNIO 09

El **inventario turístico** es el primer eslabón de la cadena para generar un producto turístico. Un inventario técnicamente elaborado requiere establecer los objetivos del inventario, realizar el reconocimiento general de área y delimitar el **sitio turístico**, definir la actitud turística y la accesibilidad de los atractivos y evaluar la actitud turística.

Una segunda etapa consiste en la valoración de las características para llegar finalmente a una jerarquización, pues no todos los atractivos tienen la misma valoración y tampoco se pueden lograr que todos los atractivos sean sujetos de desarrollo.

El segundo eslabón es la **planta turística** que es el complemento para la materia prima que permite el acceso (transporte vías), necesidad de alojamiento y alimentación (Hoteles, bares restaurantes) y otros servicios complementarios.

El tercer eslabón de la cadena corresponde a la **producción turística** en el cual se añaden algunos elementos para transformar en paquetes turísticos. El siguiente paso es la **comercialización** de productos que incluye la promoción y difusión y venta y finalmente la conexión con el mercado.

1.3.2.4. SISTEMA TURÍSTICO

En las últimas décadas el turismo ha contribuido de manera significativa al desarrollo económico, social y cultural de un gran número de destinos y de países y se ha convertido en una actividad altamente lucrativa para la mayoría de las empresas involucradas en la prestación de los servicios turísticos.

Es por este motivo que se ha puesto especial interés en lograr un mejor conocimiento del fenómeno turístico, con el propósito de establecer los fundamentos que permitan una mas adecuada comprensión del know how del turismo actual y sus tendencias y el óptimo aprovechamiento de los beneficios que brinda su desarrollo sustentable, los cuáles día a día se hacen mas latentes.

1.3.2.4.1. Elementos del Sistema

En el siguiente gráfico se presentan las partes integrales del sistema turístico, señalando además sus relaciones esenciales; en el lado izquierdo se registra el punto de partida del funcionamiento del sistema, el cual se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística, a través del proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la EPS. (Estructura de producción del sector), en el centro del diagrama esta representada la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento y la interrelación de las partes.

El sistema turístico sin llegar a ser extremadamente complejo en su estructura tiene particularidades en su funcionamiento que se detallan en su explicación:

GRÁFICO No. 1.2

COMPONENTES DEL SISTEMA TURÍSTICO



ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: MAGAP

FECHA: JUNIO 09

1.3.2.4.2. Servicios Turísticos

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de restauración**, cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de intermediación** en la prestación de cualesquiera servicios turísticos susceptibles de ser demandados por los usuarios de servicios turísticos.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de acogida** de eventos congresuales, convenciones o similares.

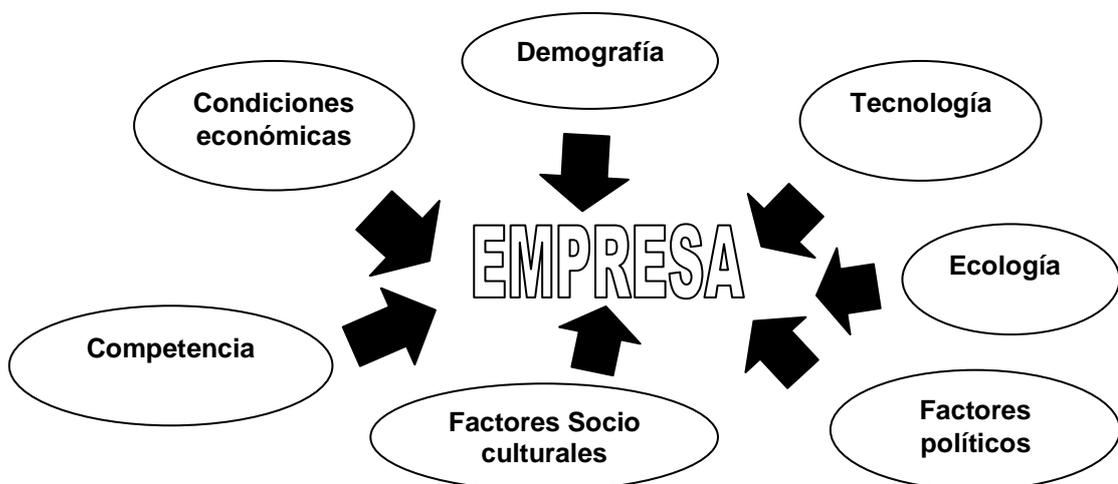
CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL CENTRO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA PASTOCALLE

2.1. MACROAMBIENTE

Los factores Macroambientales son aquellos que influyen de manera importante en el sistema de cualquier empresa, son fuerzas que no pueden ser controladas por los directivos; pero no son *del todo* incontrolables. Están interrelacionados ya que un cambio en uno de ellos, ocasionará cambios en uno o más de los otros. Otra cosa que tienen en común, es que se trata de Fuerzas dinámicas, y esto quiere decir que están sujetas al cambio y a un ritmo creciente.⁶

GRÁFICO No. 2.1.
FACTORES DEL MACROAMBIENTE



ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: MITUR

FECHA: AGO 09

⁶ www.mitecnologico.com/.../MacroambienteOFactoresNoControlablesEmpresa

En cuanto a los avances tecnológicos, con la investigación y desarrollo de productos es posible fortalecerla posición competitiva.

2.1.1. Demografía

Se entiende como el estudio estadístico de la población humana y su distribución. Los indicadores demográficos que se presentan en el país y en la provincia de Cotopaxi de acuerdo a los resultados del último censo poblacional y de vivienda Censo 2001 realizado por el INEC son:

CUADRO No. 2.1
INDICADORES DEMOGRÁFICOS
ECUADOR Y COTOPAXI

INDICADORES	TOTAL PAÍS	COTOPAXI
Población total	12.156.608	349540
Tasa de crecimiento poblacional 1990-2001 (%)	2.1	2.1
No. de años para duplicarse la población	33	33
Población urbana	7.431.355	93.575
Población rural	4.725253	255.965
Porcentaje de población urbana (%)	61.1	26.8
Población de la Capital Provincial	-	51.689
Tasa de crecimiento Cap. Prov. 1990-2001 (%)	-	2.4
Población inmigrante interna 1996-2001	-	13.837
Población emigrante interna 1996-2001	-	21.420

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: CENTRO DE ESTUDIOS SOCIAL DEL ECUADOR

FECHA: AGO 09

CUADRO No. 2.2
INDICADORES GEOGRÁFICOS
ECUADOR Y COTOPAXI

INDICADORES	TOTAL PAÍS	COTOPAXI
Extensión territorial (Km2)	272.031	6.043
Densidad poblacional (Hab./km2)	45	58
Número de cantones	215	7
Número de parroquias urbanas	367	11
Número de parroquias rurales	788	33

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: CENTRO DE ESTUDIOS SOCIAL DEL ECUADOR

FECHA: AGO 09

Para el año 2008 se estima una población total en el Ecuador de 13.805.095 habitantes y en Cotopaxi 408.473 habitantes, y en la ciudad de Latacunga la proyección es de 168.254 habitantes, de acuerdo a las estimaciones del INEC.

CUADRO No. 2.3
POBLACIÓN ECUADOR Y COTOPAXI

PROVINCIAS Y CANTONES	AÑO 2008			AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL
TOTAL PAIS	13.805.095	8.993.796	4.811.299	14.005.449	9.202.590	4.802.859	14.204.900	9.410.481	4.794.419
COTOPAXI	408.473	149.792	258.681	416.167	158.257	257.910	423.336	166.188	257.148
LATACUNGA	168.254	82.742	85.512	171.422	87.417	84.005	174.376	91.799	82.577
LA MANA	37.530	27.655	9.875	38.237	29.218	9.019	38.895	30.682	8.213
PANGUA	23.228	2.299	20.929	23.666	2.429	21.237	24.074	2.550	21.524
PUJILI	70.967	10.909	60.058	72.304	11.526	60.778	73.549	12.103	61.446
SALCEDO	59.954	15.772	44.182	61.083	16.664	44.419	62.135	17.499	44.636
SAQUISILI	24.324	8.379	15.945	24.783	8.852	15.931	25.210	9.296	15.914
SIGCHOS	24.216	2.036	22.180	24.672	2.151	22.521	25.097	2.259	22.838

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FECHA: AGO 09

En relación a la población que tiene relación laboral, sea como empleado público, privado, dueño de empresa, o trabajador se tiene la siguiente estructura:

CUADRO No. 2.4
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Cantones	Total		Sector primario	Sector secundario	Sector terciario	No especificado	Trabajador nuevo
	Número	%					
Provincia	141.062	100.0	71.614	22.416	41.645	4.862	525
Latacunga	58.884	41.7	21.527	11.242	23.288	2.524	303
La Maná	12.385	8.8	6.398	1.386	3.788	767	46
Pangua	8.763	6.2	5.893	1.636	1.051	170	13
Pujilí	23.200	16.4	14.797	3.223	4.667	462	51
Salcedo	21.121	15.0	11.710	3.355	5.355	623	78
Saquisilí	8.527	6.0	4.710	862	2.690	236	29
Sigchos	8.182	5.8	6.579	712	806	80	5
Porcentaje por sectores del total provincial	100.0		50.8	15.9	29.5	3.4	0.4

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: INEC – CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA

FECHA: AGO 09

2.1.2 Económico

2.1.2.1. TASA DE INFLACIÓN

La inflación es un indicador económico de importancia, ya que mide la variación promedio del nivel de precios en todo el conjunto de una economía, en un período de tiempo determinado. Este promedio, si bien

es cierto, es una buena medida de resumen, no permite ver las particularidades de cada producto o cada ciudad al momento de medir la inflación, pero permite conocer la estadística agregada sin un apropiado nivel de detalle es una limitante para cualquier analista que quiera encontrar respuestas al movimiento de precios. La inflación es un fenómeno que se caracteriza por una elevación continua del nivel general de precios que afectan a personas, a empresas y a los gobiernos.⁷ Durante los últimos años y meses del 2009 se presentan las siguientes variaciones de precios:

CUADRO No. 2.5
INFLACIÓN

FECHA	VALOR
Mayo-31-2009	5.41 %
Abril-30-2009	6.52 %
Marzo-31-2009	7.44 %
Febrero-28-2009	7.85 %
Enero-31-2009	8.36 %
Diciembre-31-2008	8.83 %
Noviembre-30-2008	9.13 %
Octubre-31-2008	9.85 %
Septiembre-30-2008	9.97 %
Agosto-31-2008	10.02 %
Julio-31-2008	9.87 %
Junio-30-2008	9.69 %
Mayo-31-2008	9.29 %
Abril-30-2008	8.18 %
Marzo-31-2008	6.56 %
Febrero-29-2008	5.10 %
Enero-31-2008	4.19 %
Diciembre-31-2007	3.32 %
Noviembre-30-2007	2.70 %
Octubre-31-2007	2.36 %
Septiembre-30-2007	2.58 %
Agosto-31-2007	2.44 %
Julio-31-2007	2.58 %
Junio-30-2007	2.19 %

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

⁷ Moneda Banca y Mercados Financieros. RAMIREZ SOLANO, Ernesto. Pág. 4. Copia.

2.1.2.2. TASAS DE INTERÉS

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube. Existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado; la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se llama margen de intermediación.

CUADRO No. 2.6
TASA DE INTERÉS ACTIVA

FECHA	VALOR
Junio-30-2009	9.24 %
Mayo-31-2009	9.26 %
Abril-30-2009	9.24 %
Marzo-31-2009	9.24 %
Febrero-28-2009	9.21 %
Febrero-28-2009	9.21 %
Enero-31-2009	9.16 %
Diciembre-31-2008	9.14 %
Diciembre-31-2008	9.14 %
Noviembre-30-2008	9.18 %
Octubre-31-2008	9.24 %
Septiembre-30-2008	9.31 %
Agosto-06-2008	9.31 %
Julio-16-2008	9.52 %
Mayo-05-2008	10.14 %
Abril-03-2008	10.17 %
Marzo-19-2008	10.43 %
Febrero-06-2008	10.50 %
Enero-02-2008	10.74 %
Diciembre-10-2007	10.72 %
Noviembre-30-2007	10.55 %
Octubre-31-2007	10.70 %
Septiembre-30-2007	10.82 %
Agosto-05-2007	10.92 %

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

2.1.2.3. PRODUCTO INTERNO BRUTO

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo -en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. La definición de las ramas de actividad económica, está en directa correspondencia con la nomenclatura de bienes y servicios utilizada para los productos; la nomenclatura de ramas que se presenta en este cuadro corresponde a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) propuesta por Naciones Unidas.

CUADRO No. 2.7
VARIACIÓN ANUAL PIB

FECHA	VALOR
Enero-01-2009	3.15 %
Enero-01-2008	5.32 %
Enero-01-2007	2.49 %
Enero-01-2006	3.89 %
Enero-01-2005	6.00 %
Enero-01-2004	8.00 %
Enero-01-2003	3.58 %
Enero-01-2002	4.25 %
Enero-01-2001	5.34 %
Enero-01-2000	2.80 %
Enero-01-1999	-6.30 %
Enero-01-1998	2.12 %
Enero-01-1997	4.05 %
Enero-01-1996	2.40 %
Enero-01-1995	1.75 %
Enero-01-1994	4.70 %
Enero-01-1993	2.00 %
Enero-01-1992	3.60 %
Enero-01-1991	5.00 %
Enero-01-1990	3.00 %

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

2.1.3 Socio - Cultural

La cultura es el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, sexo, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano. El concepto de cultura es fundamental para las disciplinas que se encargan del estudio de la sociedad, en especial para la antropología y la sociología.

La UNESCO, en 1982, declaró que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.⁸

Aunque muchas de las concepciones sobre cultura en el lenguaje común tienen su origen en el debate de las ciencias sociales, o bien, existieron primero en el habla cotidiana y luego fueron retomadas por las segundas, aquí se presenta un repaso sobre la construcción histórica del concepto de cultura en las disciplinas sociales.

Los indicadores sociales indican la calidad de vida de la población que genera un cierto tipo de comportamiento y de cultura de la gente, es así que los datos reflejan las siguientes condiciones:

⁸ (UNESCO, 1982: *Declaración de México*)

CUADRO No. 2.8
INDICADORES SOCIO ECONÓMICOS

INDICADORES	TOTAL PAÍS	COTOPAXI
Tasa de analfabetismo población de 10 años y + (%)	8.4	15.3
- Hombres (%)	7.2	10.2
- Mujeres (%)	9.5	20.0
Población económicamente Activa (5 años y +)	4.585.575	141.062
- Hombres	3.189.832	90.691
- Mujeres	1.395.743	50.371
No. de planteles educativos. Período 2000-2001 (d)	26.587	900
No. de profesores. Período 2000-2001 (d)	179.584	4.843
No. de alumnos. Período 2000-2001 (d)	3.112.709	94.014
Viviendas particulares ocupadas	3.027.249	88.915
Viviendas particulares desocupadas	314.705	16.724
Promedio de ocupantes por vivienda (f)	4.2	4.3
Viviendas sin servicios de:		
- Agua potable por red pública	32.5	39.6
- Alcantarillado	52.0	69.7
- Energía eléctrica	10.3	17.5
- Servicio telefónico	67.8	79.8
- Recolección basura por carro recolector	37.3	73.0
Abastecimiento de agua dentro de la vivienda (%)	52.1	38.3

ELABORADO POR: DORIS VIERA

FUENTE: CENTRO DE ESTUDIOS SOCIAL DEL ECUADOR

FECHA: AGO 09

En numerosas ocasiones se escucha las frases: "el turismo genera divisas"; "el turismo es una fuente generadora de empleos", y también que "el turismo nos beneficia a todos". Y realmente el turismo es una importante actividad social y económica que requiere de la participación de la población y la comunidad para su desarrollo.

La actividad turística encuentra en el muy diverso y fascinante patrimonio natural y cultural (playas, bosques, zonas arqueológicas, museos, gastronomía, etc.) su principal detonador. Pero hay que destacar que el factor humano, es decir, las personas son quienes dan vida al turismo, ya sea como turistas o como anfitriones.

Es así que al hablar de la "Cultura Turística" se está haciendo referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser.

En las últimas décadas en todo el mundo se han dado grandes cambios de índole social, económica, política, tecnológica, así el turismo también ha evolucionado: y se ha desarrollado considerablemente en el transcurso de los últimos treinta años. En 1970 se contaban 40 países considerados como destinos turísticos y hoy podemos nombrar más de 140.

Ante la globalización y el desarrollo de los medios de comunicación, el turista nacional e internacional tiene acceso a más y mejor información sobre destinos, experiencias y posibilidades para hacer turismo. Por lo mismo, hoy más que nunca, demanda servicios y experiencias de la más alta calidad y a un precio competitivo.

La calidad de la vivencia del visitante está en relación a su satisfacción plena, derivada de una experiencia única que se integre por servicios personalizados y eficientes y una real interacción con la cultura de la comunidad receptora. En ese sentido, ante una competencia cada vez más agresiva y numerosa entre destinos que aspiran a ser la mejor alternativa para los visitantes, lo que hace la diferencia es la calidad de la atención recibida.

La aparición del término Cultura Turística en el marco del desarrollo turístico del Ecuador es relativamente reciente. Es en el año 2008 cuando se realizan los primeros análisis sobre la necesidad de incorporar nuevos elementos a los esfuerzos de concientización realizados por varias décadas. La Cultura Turística tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora.

Ecuador recibió a 722.142 extranjeros durante 2008 informó a la AFP la Policía y agregó que detuvo a 3.457 principalmente por no tener documentación (1.245), mal uso de visa (682) y permanencia ilegal (642). Señaló que según un balance preliminar de la Dirección Nacional de Migración, en el año se registró la salida de 577.085 extranjeros.

La Policía también deportó a 3.146 foráneos, en su mayoría colombianos. Ecuador espera ser el primer destino de Latinoamérica para los turistas en 2006, cuando espera a unos 900.000 visitantes y recibir unos 500 millones de dólares de ingresos por ese concepto.

Ecuador atrae principalmente a turistas de América del Norte (50%),

mientras que el 18% proviene de Europa y, el resto, de América Latina y otras zonas.⁹

De la misma manera las familias ecuatorianas frecuentan las playas, parques, hosterías, complejos, lagunas y atractivos turísticos de las regiones de la sierra, costa y oriente con mucha frecuencia.

2.1.4 Político - Legal

Los factores legales y reglamentarios se relacionan muy de cerca con los sucesos del entorno político, la existencia de leyes y disposiciones hace que las empresas acepten estas disposiciones como un aspecto predeterminado en el diseño del proyecto, ya que afectan directamente la gestión del negocio, como reducción de utilidades por pagos de impuestos, exigencias para constitución de la empresa, cumplimiento de normas de calidad, leyes del consumidor, entre otros.¹⁰

El gobierno actual del Ecuador a puesto mucho énfasis en la explotación de recursos turísticos del país, así una delegación de empresarios venezolanos, presidida por el ministro del Poder Popular para el Turismo del Gobierno Bolivariano de Venezuela, Pedro Morejón, visitó en junio del 2009 el Ecuador con la finalidad de fortalecer el intercambio comercial entre las dos naciones en materia turística con el apoyo de las autoridades gubernamentales.

El encuentro, que se cumplió en la Cámara de Turismo del Guayas y que contó con altas autoridades locales y nacionales como la Ministra de Turismo del Ecuador, busca establecer claramente los puntos de impulso para el desarrollo de la cooperación turística de ambos países a través de

⁹ <http://www.elmercurio.com.ec/web/titulares.php>

¹⁰ Estrategia de Marketing. FERRELL - HARTLINE -LUCAS. Pág. 40. Resumen.

acciones conjuntas que promuevan los productos y destinos que se puedan generar dentro del proyecto: “Ruta Binacional del Libertador”.

La presentación del plan de turismo del Guayas: “Destino Guayaquil” y la Ruta Binacional fueron algunos de los temas tratados en la cita, a más del intercambio de valiosas experiencias entre los asistentes, durante el foro abierto con el que concluyó el evento formal.

Esta es la segunda ocasión que empresarios venezolanos y ecuatorianos se reúnen en mesas de trabajo para discutir los avances del Acuerdo de Cooperación Binacional suscrito por los Presidentes Rafael Correa y Hugo Chávez, en la visita de este último a Ecuador, el pasado 23 de mayo. La primera vez lo hicieron en Caracas del 3 al 6 de junio de 2009.

Adicionalmente la delegación venezolana visitará algunos sitios turísticos y edificaciones emblemáticas de la ciudad como el Parque Simón Bolívar, Palacio de la Gobernación, Municipalidad, Malecón Simón Bolívar, Barrio Las Peñas, Cementerio y Parque Histórico. Además se reunieron en Quito, con operadores turísticos locales, visitaron algunos hoteles de la ciudad y recorrieron varios atractivos de la capital. También visitaron la ciudad de Otavalo donde recorrieron las localidades en el tren “Chaski Antawa”.

El gobierno de Correa establece las siguientes estrategias para desarrollo del Turismo como proyecto de estado:

- Alianza pública y privada.
- Fortalecimiento del rol rector y dinamizador del Estado.
- Descentralización y fortalecimiento capacidades de los entes seccionales.
- Capacitación y desarrollo.

- Fomento de la calidad de los destinos y productos turísticos.
- Participación ciudadana y concertación con los actores.
- Eficiencia y transparencia institucionales.
- Fortalecimiento de la identidad nacional. ¹¹

2.1.5 Tecnología

La tecnología es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas. En la sociedad, la tecnología es consecuencia de la ciencia y la ingeniería, aunque muchos avances tecnológicos sean posteriores a estos dos conceptos. La palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica, oficio) y logos (ciencia, conocimiento). A veces no se distingue entre técnica y tecnología, pero sí pueden diferenciarse:

- La tecnología se basa en aportes científicos, en cambio la técnica por experiencia social;
- La actividad tecnológica suele ser hecha por máquinas (aunque no necesariamente) y la técnica es preferentemente manual;
- La tecnología se suele poder explicar a través de textos o gráficos científicos, en cambio la técnica es más empírica. ¹²

En el sector turístico el uso de tecnología es vital para lograr una ventaja competitiva y desarrollar un negocio de largo plazo. Dentro de este sector se puede destacar el uso de sistemas de información para operadoras turísticas, hoteles, restaurantes, guías, agencias de viajes e incluso aparta hoteles, con un software bien consolidado se puede administrar todo tipo de información de la empresa para facilitar la toma de decisiones.

¹¹ http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=36

¹² <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

De la misma forma se habla de tecnología en el equipamiento de los puntos de turismo y hotelería como son SPA, medios de transporte (cuadrones, busetas, bicicletas, entre otros), también medios de comunicación como celulares, radios, equipamiento de LCD en habitaciones, toboganes, piscinas, turcos, etc.

Sin tecnología de información no se puede posicionar una empresa turística y hotelera, por lo tanto el uso de banner, publicidad y promociones con material actual permitirá desarrollar más el atractivo de lo que se vende como turismo.

2.1.6 Medio Ambiente

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base, debido a la acción antrópica o a eventos naturales.

Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social. Mientras los efectos perseguidos suelen ser positivos, al menos para quienes promueven la actuación, los efectos secundarios pueden ser positivos y, más a menudo, negativos. La evaluación de impacto ambiental (EIA) es el análisis de las consecuencias predecibles de la acción; y la Declaración de Impacto ambiental (DIA) es la comunicación previa, que las leyes ambientales exigen bajo ciertos supuestos, de las consecuencias ambientales predichas por la evaluación.

Es fundamental tomar en cuenta que el proyecto debe contribuir a la conservación del medio ambiente e incentive a las nuevas generaciones a valorar los recursos que posee el planeta.

La contaminación del agua seguirá siendo un problema mientras el crecimiento demográfico continúe incrementando la presión sobre el medio ambiente. La infiltración de residuos tóxicos en los acuíferos subterráneos y la intrusión de agua salada en los acuíferos costeros de agua dulce no se han interrumpido.

El agotamiento de los acuíferos en muchas partes del mundo y la creciente demanda de agua producirá conflictos entre el uso agrícola, industrial y doméstico de ésta. La escasez impondrá restricciones en el uso del agua y aumentará el coste de su consumo.

El agua podría convertirse en la crisis energética de comienzos del siglo XXI. La contaminación de las aguas dulces y costeras, junto con la sobreexplotación, ha mermado hasta tal punto los recursos de los caladeros piscícolas que sería necesario suspender la pesca durante un periodo de cinco a diez años para que las especies se recuperaran. Si no se desarrollan esfuerzos coordinados para salvar hábitats y reducir el furtivismo y el tráfico internacional ilegal de especies salvajes, muchas de ellas se extinguirán. A pesar de nuestros conocimientos sobre cómo reducir la erosión del suelo, éste continúa siendo un problema de alcance mundial. Esto se debe, en gran medida a que muchos agrónomos y urbanistas muestran un escaso interés por controlarla.

La combustión de carbón, petróleo y gasolina es el origen de buena parte de los contaminantes atmosféricos. Más de un 80% del dióxido de azufre, un 50% de los óxidos de nitrógeno, y de un 30 a un 40% de las partículas en suspensión emitidos a la atmósfera proceden de las centrales eléctricas que queman combustibles fósiles, las calderas industriales y las

calefacciones. Un 80% del monóxido de carbono y un 40% de los óxidos de nitrógeno e hidrocarburos emitidos proceden de la combustión de la gasolina y el gasóleo en los motores de los vehículos.

Otras importantes fuentes de contaminación son la siderurgia y las acerías, las fundiciones de cinc, plomo y cobre, las incineradoras municipales, las refinerías de petróleo, las fábricas de cemento y las fábricas de ácido nítrico y sulfúrico. Entre los materiales que participan en un proceso químico o de combustión puede haber ya contaminantes (como el plomo de la gasolina), o éstos pueden aparecer como resultado del propio proceso. El monóxido de carbono, por ejemplo, es un producto típico de los motores de explosión.

Las perspectivas de futuro, en lo que al medio ambiente se refiere son poco claras. A pesar de los cambios económicos y políticos, el interés y la preocupación por el medio ambiente aún es importante. La calidad del aire ha mejorado, pero están pendientes de solución y requieren una acción coordinada los problemas de la lluvia ácida, los clorofluorocarbonos, la pérdida de ozono y la enorme contaminación atmosférica. Mientras no disminuya la lluvia ácida, la pérdida de vida continuará en los lagos y corrientes del norte, y puede verse afectado el crecimiento de los bosques.

Por último, la destrucción de tierras vírgenes, tanto en las regiones templadas como en las tropicales, puede producir una extinción masiva de formas de vida vegetales y animales.

Para reducir la degradación medioambiental, las sociedades deben reconocer que el medio ambiente es finito. Los especialistas creen que, al ir creciendo las poblaciones y sus demandas, la idea del crecimiento continuado debe abrir paso a un uso más racional del medio ambiente,

pero que esto sólo puede lograrse con un espectacular cambio de actitud por parte de la especie humana. El impacto de la especie humana sobre el medio ambiente ha sido comparado con las grandes catástrofes del pasado geológico de la tierra; independientemente de la actitud de la sociedad respecto al crecimiento continuo, la humanidad debe reconocer que atacar el medio ambiente pone en peligro la supervivencia de su propia especie.¹³

Ecuador esta considerado entre los 17 países mega diversos del planeta, es uno de los mejores 10 destinos para el ecoturismo y los deportes de aventura en el mundo ya que tiene mayor diversidad de vida por unidad de superficie a escala mundial. (aproximadamente 256 000 Km²). Convirtiéndose es un fenómeno social y cultural, pero también económico, supone una entrada de divisas procedentes del exterior, Ayuda a fortalecer el Producto Interno Bruto (PIB), del país, ya que representa el 4,4% el PIB. Constituye la tercera actividad económica, luego de petróleo y banano, aunque aún tiene mucho por explorar ya que esta en constante crecimiento, tiene un importante efecto multiplicador, por cada dólar invertido, se generan 3 en la economía ecuatoriana.

La planta Turística de Ecuador en Diciembre del 2005 contaba con 12.518 establecimientos turísticos registrados en el MINTUR, la actividad predominante es Alimentación y Bebidas con el 60%, luego alojamientos con el 23%, y es considerado una alternativa importante para las comunidades. El turista esta a la búsqueda de experiencias únicas, como el interactuar con comunidades receptoras, el interrelacionarse con la naturaleza, realizar actividades de reto físico, entre otras..

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental

Tras la creación del Plan integral de Marketing del Ecuador del 2003 se logro superar las 800 000 visitas internacionales. En el 2008 arribaron aproximadamente 937 000 personas. El fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador y el Ministerio de Turismo han elaborado el plan Maestro PLANDETUR 2020 para incentivar el aprovechamiento sustentable del capital natural, para alcanzar la cantidad de 2 millones de turistas extranjeros.

Según datos del ministerio del ambiente a la Reserva los Ilinizas en el año 2007 ingresaron 859 turistas extranjeros y 494 nacionales, un total de 1.353 turistas, al Parque nacional Cotopaxi ingresaron 41.842 turistas extranjeros y 55.268 nacionales, un total de 97.110 turistas, al área recreacional El Boliche ingresaron 180 turistas extranjeros y 11.636 turistas nacionales, un total de 11.816 turistas. De acuerdo a estos datos se origina por la necesidad de apoyar a las comunidades aledañas, creando fuentes de trabajo, aprovechando el recurso natural virgen de la reserva ecológica los ILINIZAS y a la gran visita de turistas extranjeros como nacionales, ya que la parroquia de Pastocalle no cuenta actualmente con una entidad que brinde los servicio turísticos básicos de hospedaje y alimentación para las personas que lo visitan. Por lo tanto la razón principal que llevara a adquirir nuestros servicios será ser el único centro turístico que brinda servicio de calidad en la parte central de la Parroquia San Juan de Pastocalle y entrada al Iliniza Sur, ya que siempre estaremos buscando constantemente maneras de conocer, comprender y satisfacer las necesidades de quienes nos visiten.

La Reserva Ecológica Los Ilinizas se ubica en la vertiente occidental de la Cordillera Occidental de los Andes, en el Ecuador. Es una de las áreas más jóvenes del Sistema; es, por tanto, aún poco conocida pero se sabe que la diversidad biológica que conserva es altísima. La mayoría de la reserva se encuentra en la provincia de Cotopaxi, La altura sobre el nivel

del mar de la reserva varía desde 800 m hasta 5.248 m, y está manejada por el Ministerio del Ambiente. El área de la reserva es 149.900 ha, de las cuales 119.100 ha originalmente eran bosque nublado y 30.800 ha pertenecían al páramo (Romero-Torres, 1997), con una temperatura que fluctúa entre los 8ª y 14ªC. El área de los Ilinizas, ubicada entre las provincias de Pichincha y Cotopaxi, es un manantial inagotable para la cuenca del río Esmeralda, formada por los cauces del Toachi, San Pedro y Pilatón, que ganan caudal a medida que avanzan entre los relictos de bosques primarios mantenidos en esta zona, de los que ya quedan pocos a lo largo de la Cordillera.

Este ecosistema alberga diferentes especies de flora propias sobresalientes de la serranía que le otorgan un enorme potencial para la visita. Los llamados árboles de papel o bosques polylepis son los más sobresalientes en el Ilinizas. Estudios científicos revelan que hay 82 especies útiles para la medicina. En los bosques, ubicados en el lado occidental de la reserva, crecen helechos, matapalos, tachuelos, alisos arrayán, quishuar, pumamaqui y el romerillo y orquídeas. También encontramos pajonales, chuquiraguas, chochos de monte, puyas y pequeñas flores amarillas. .

En cuanto a la fauna presenta mamíferos menores como: chucuris, raposas, zorros hediondos, guantas, guatusas, además pumas, tigrillos , osos de anteojos y venados. Según el sistema de clasificación de Harling (1979), que se muestra en los mapas de vegetación en Jørgensen & León-Yáñez (1999), las zonas de vegetación en la reserva incluyen Bosque pluvial montano bajo, Bosque nublado, Pastizales y vegetación de quebradas del norte del Ecuador, Páramo de pajonal, Páramo arbustivo y de almohadillas, y Páramo desértico, Esta característica se basa en el número de ecosistemas que se encuentran. Estos tipos de vegetación fueron descritos por Nelly (1999). Se dividen en dos puntas piramidales

que probablemente fueron un volcán antiguo, hoy extinguido y tiene una altura absoluta de 5.202 mts. En los llinizas se pueden realizar varias actividades como por ejemplo caminatas, charlas interpretativas y deportes de alto riesgo. Los costos de la entrada son gratuitos por el sector de Pastocalle donde se pueden encontrar servicios básicos y guías, mientras por el sector del Chaupi el costo es de: Turistas Nacionales: \$ 1.00 y Turistas Extranjeros: \$ 5.00

2.2. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DEL PROYECTO

2.2.1. FORTALEZAS

- Atractivo Turístico en Pastocalle como es el volcán Cotopaxi. La cascada de Cunuyacu, conformada por las aguas termales que salen de la montaña, se depositan en una fosa natural hecha de piedra; en este lugar se pueden bañar cómodamente unas tres personas. La vertiente proviene de los llinizas, de donde cae un pequeño chorro de agua caliente. Cuenta, además, con atractivos naturales tales como la laguna de los Patos y el bosque de La Aliaga.
- La cultura viva de la comunidad. Aquí podemos conocer las prácticas ancestrales, música, gastronomía y artesanías (Atractivo cultural).
- Disponibilidad de áreas verdes.
- Facilidad de acceso por caminos vecinales en buen estado.

2.2.2. OPORTUNIDADES

- Aprovechar otros atractivos turísticos de la región.
- Créditos blandos de la Corporación Financiera Nacional.

- Desarrollo de Turismo Comunitario en muchos lugares del Ecuador.
- Cultura de la población ecuatoriana para visitar lugares naturales y ecológicos.
- Apertura del gobierno nacional al turismo nacional.
- Disponibilidad de profesionales y expertos en administración turística y conocimiento de los atractivos de la provincia de Cotopaxi.
- Frecuencia constante de turistas extranjeros al volcán Cotopaxi.
- Facilidad de creación legal de una empresa turística.

2.2.3. DEBILIDADES

- Fuerte inversión en dotación de agua potable constante.

2.2.4. AMENAZAS

- Proliferación de hoteles, hostales y hosterías ubicadas por la zona aledaña a Pastocalle.
- Crecimiento de la inflación, que provoque alza de niveles de precios.
- Pérdida del poder adquisitivo de la población ecuatoriana.
- Incremento de las tasas de interés del sistema financiero.
- Crisis económica mundial que llegue al Ecuador.

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

3.1.1. Antecedentes

El ambiente competitivo en que se desenvolverá el proyecto se acerca a una competencia imperfecta ya que aunque existan muchos compradores y vendedores de un producto, por el tamaño que tenga el proyecto se puede influir en su precio, el producto será diferente por la categoría que tenga el mismo. El mercado turístico se caracteriza por:

- Globalización del mercado turístico (aumento de la competitividad).
- Aumento del tiempo de ocio.
- Difusión creciente del fenómeno de las vacaciones y los viajes.
- Disminución del período de estancia en un mismo destino. Nuevos comportamientos sociales (disfrute del medio ambiente).
- Mayor experiencia del turista (mayor nivel de exigencia).
- Preferencia en la demanda por la utilización de servicios más personalizados.
- Inquietud por conocer nuevos destinos.
- Mayor interés por el ocio activo, frente al pasivo.
- Mayor movilidad en el destino.
- Aumento del número de turistas, especialmente extranjeros.
- Dolarización en el Ecuador, que proporciona mayor capacidad de gasto para los turistas nacionales.

3.1.2. El Turismo en Ecuador

El Ecuador es uno de los 17 países con mayor biodiversidad, la más concentrada del mundo. Es la tercera nación más rica en anfibios, la cuarta en pájaros y la novena en vertebrados. Cuenta con 13 nacionalidades indígenas todas ellas con su propio idioma y costumbre¹⁴.

Pocos países pueden ofrecer una relación más directa que el Ecuador con el turismo al aire libre, puesto que del total de turistas, más del 70% lo hicieron por motivaciones vinculadas a la naturaleza. Como un destino eco turístico inigualable en el mundo, potenciando sus recursos naturales, culturales e históricos, entre los que se destacan:

3.1.2.1. Región Andina

El ecoturismo comunitario, ha tenido un gran desarrollo. Estas actividades enmarcadas bajo el concepto de sostenibilidad, cuentan con una activa participación local, logrando una equidad económica y social, permitiendo la redistribución de los beneficios económicos generados por la actividad. Esta experiencia se ve enriquecida con el entorno natural en el que las montañas, nevados, volcanes, valles, páramos, lagos, unido a la destreza de sus habitantes, permite realizar un sinnúmero de actividades como: andinismo, observación de aves, convivencia con la comunidad, entre otros, logrando la integración del visitante con el entorno geográfico cultural de las localidades

Los Andes ofrece un cúmulo de paisajes y contrastes que conjugan el verdor de su generosa producción agrícola con el resplandor de los nevados que se perfilan en el fondo azul del firmamento. Que decir de la multicolor expresión cultural, proyectada en los trajes que caracterizan a

¹⁴ Boletín Ministerio de Turismo 2002

las numerosas etnias indígenas que residen en esta región y conservan latentes sus costumbres y tradiciones, convirtiéndolas en un poderoso atractivo para el turista. Al igual que los mercados populares, tradicional punto de encuentro de agricultores, artesanos y comerciantes que ofrecen una enorme variedad de productos como textiles, cerámica joyería, madera tallada, pintura, productos de cuero, cestería, orfebrería y tejidos.

Las ciudades de esta región conservan con especial esmero, el legado artístico, cultural y arquitectónico del período colonial manteniendo el trazado original mezcla de diversos estilos y tendencias europeas de los siglos comprendidos entre el XVI y XIX.

La impresionante cantidad de obras de arte que se conservan en museos, iglesias y conventos, así como la especial conjunción de la tradición arquitectónica europea con la habilidad indígena de la Escuela Quiteña de Arte, le dieron a Quito y también a Cuenca, el merecido reconocimiento de la UNESCO, como "Patrimonios Culturales de la Humanidad".

3.1.2.2. Región Costa

Bañada por las aguas del Océano Pacífico, es un espacio privilegiado en el que remanentes de bosques secos, bosques húmedos y manglares, unidos a las poblaciones locales ricas en conocimientos ancestrales y reflejados en su arquitectura, gastronomía, elaboración de artesanías y expresiones culturales, hacen de la estadía del visitante una experiencia diferente.

A lo largo de los 640 kilómetros del litoral que posee el Ecuador se evidencia la belleza de las 110 playas distribuidas en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, y El Oro, que junto a Los Ríos, cubren

cerca del 25 % del territorio nacional, con pisos climáticos subtropical, tropical seco y húmedo. Estas características se reflejan en los bosques lluviosos de 12.000 kilómetros cuadrados, localizados al norte, bosques secos de 369 kilómetros en la franja Peninsular y un bosque fluvial de 4.000 kilómetros cuadrados.

Constituyen importantes atractivos las reservas naturales que protegen una gran diversidad de hábitats en las que viven un sinnúmero de especies animales y vegetales, así como sitios espectaculares para la paleontología. Igualmente, los manglares y el medio ambiente marino ofrecen a los peces y crustáceos un hábitat ideal, permitiendo que los pescadores aprovechen la abundancia de estos recursos y permitan que el paladar de los visitantes se deleiten con los más variados y deliciosos platos que se preparan con camarón, cangrejo, concha, calamar, pescado, pulpo, langosta, entre otros, preparados con recetas propias de cada región.

En esta región también se cultivan los principales productos de exportación como: banano, camarón, cacao, café, algodón arroz, soya, caña de azúcar y frutas tropicales exóticas como el maracuyá, mango, melón, sandía, destinados a satisfacer las demandas de los mercados más exigentes. Los puertos de Guayaquil, Puerto Bolívar, Manta y Esmeraldas permiten el intercambio comercial con los diferentes países del mundo. Para quienes buscan diversión en la práctica deportiva, existe una variada actividad, entre las que se destacan: alas delta, competencias de regatas, veleros y surf, kayak, caoin un deporte interesante es la pesca marítima.

3.1.2.3. Región Amazónica

Brinda al visitante, no sólo la riqueza étnica y cultural, sino la oportunidad de conocer ecosistemas únicos en el mundo por su especial biodiversidad. Estas regiones naturales hacen que el Ecuador tenga una mega diversidad de plantas, animales y una gran riqueza étnica y cultural en un pequeño gigante. El turismo es un destacado generador de divisas para la economía ecuatoriana. La actividad se ubica en el tercer sitio de importancia entre las exportaciones de bienes y servicios con una importante participación del 7% en el valor total exportado, siendo superado únicamente por el petróleo crudo y sus derivados (41%) y el banano (14%). El aporte turístico en el primer semestre del 2002 se incrementó al 8%.

Hoy más que nunca el turismo crecerá sustancialmente debido a las estrategias que busca implantar el gobierno de Rafael Correa para explotar esta riqueza natural no degradable; la Organización Mundial del Comercio (OMC) considera que se triplicará en América Latina entre 1990 y 2010, es uno de los retos del sector turístico ecuatoriano ser el número uno pretendiendo generar divisa para el país por USD 1.600 millones¹⁵.

3.1.2.4. Región Insular

Son nuestro principal centro turístico internacional, debido a su alta biodiversidad y endemismo, es un espacio para la ciencia, la investigación y el descubrimiento de la vida. Las Islas Galápagos, ubicadas en el Océano Pacífico a mil kilómetros de la plataforma continental., provincia conformada por 13 islas grandes, 6 pequeñas y más de 40 islotes, su clima se ubica en pisos subtropical, seco y muy seco, con temperatura promedio de 23 grados centígrados.

¹⁵ Revista del Ministerio de turismo 2001

Su atractivo más importante es el paisaje primitivo y misterioso, escenario natural inalterado durante millones de años en el que una flora y fauna muy especial, han evolucionado ajenas a toda influencia externa. Cada Isla guarda insospechadas sorpresas naturales inspiraron al científico naturalista inglés, Charles Darwín, para basar en las observaciones realizados en 1835, su teoría sobre la evolución de las especies.

En este Santuario Científico se encuentra también iguanas marinas y terrestres, parientes remotos de los enormes dinosaurios, compartiendo con lobos marinos, delfines, focas peleteras, pingüinos, albatros, piqueros, pelícanos, cormoranes no voladores, 13 especies diferentes de pinzones, halcones, gorriones, albatros, flamencos y otras especies con características exclusivas.

3.1.2.5. Establecimientos Hoteleros

El Ecuador busca que todas las actividades turísticas tengan carácter de sostenibilidad y en este marco, el ecoturismo constituye, la modalidad más organizada y que mayor auge ha tenido en los últimos años. Esta actividad ha generado conciencia en los operadores responsables, ONG's y las comunidades así como en el sector público, a través de los Ministerios de Turismo, Ambiente y gobiernos locales. El ecoturismo y sus variantes, todos ellos con un enfoque en la conservación de la naturaleza, aportan beneficios reales, mitigando los impactos sociales y ambientales, redistribuyendo de una manera justa los ingresos económicos e impulsando y promoviendo la conservación y participación de las poblaciones locales.

Los establecimientos hoteleros tanto para turistas extranjeros como para nacionales llegan aproximadamente a 7405 establecimientos en el país, de los cuales el 27.46% corresponden a la Región Sierra, el 65.80% a la

Región Costa, el 5.48% a la Región Oriente y el 1.26% restante a la Región Insular.

CUADRO No. 3.1.
ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Región	No. de establecimientos	Porcentajes
Costa	4872	65.80%
Sierra	2034	27.46%
Oriente	406	5.48%
Insular	93	1.26%
Total	7405	100%

Fuente: MITUR

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

En la clasificación de establecimientos hoteleros se observa que en la Costa el 54.06% corresponden a la tercera categoría, el 32.69% a la segunda categoría, el 12.17% a la primera categoría, el 0.96% son de lujo y el 0.12% corresponde a la cuarta categoría. En la Sierra el 49.07% de los establecimientos hoteleros pertenecen a la tercera categoría, el 27.78% a la segunda categoría, el 21.19% a la primera categoría, el 1.22% a la cuarta categoría y el 0.74% restante son de lujo.

En el Oriente el 62.07% de los establecimientos hoteleros corresponden a la tercera categoría, el 25.62% a la segunda categoría, el 11.82% restante son de primera y el 0.49% restante son de cuarta categoría. Por último, en la Región Insular el 39.78% de los establecimientos son de segunda de categoría, el 33.33% a la primera categoría y el 26.89% restante a la tercera categoría.

CUADRO No. 3.2.
CATEGORÍAS DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Región	Lujo	%	Primera	%	Segunda	%
Costa	47	0.96	593	12.17	1592	32.69
Sierra	15	0.74	431	21.19	565	27.78
Oriente	0	0	48	11.82	104	25.62
Insular	0	0	31	33.33	37	39.78
Región	Tercera	%	Cuarta	%	Total	%
Costa	2634	54.06	6	0.12	4872	100
Sierra	998	49.07	25	1.22	2034	100
Oriente	252	62.07	2	0.49	406	100
Insular	25	26.89	0	0	93	100

Fuente: MITUR

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Las mayores infraestructuras hoteleras se encuentran concentradas en las regiones de la Costa y de la Sierra, mientras que en el Oriente la mayor cantidad de establecimientos se encuentran dentro de la tercera categoría; y la región Insular no tiene establecimientos de lujo y de cuarta categoría.

3.1.3. El Turismo en Cotopaxi

Latacunga es la capital de la provincia de Cotopaxi, también edificada con arquitectura colonial española. Su nombre proviene de las palabras "llacta kunka" que significa Dios de las Lagunas. Entre sus atractivos están el edificio del Municipio con su fachada de piedra pómez, y el parque Ignacio Flores que tiene un lago artificial. El diseño de sus calles adoquinadas y pequeñas casas de teja rojiza, es muy atractivo para los turistas. Otros pueblos, como Pujilí, son conocidos, en cambio, por su producción agrícola, ganadera y artesanal. Se caracteriza por su cerámica pintada y

vidriada. Su iglesia Matriz es también parte de sus riquezas. Al norte de Latacunga se encuentra Saquisilí, colorida población muy conocida por su feria de los jueves, que se lleva a cabo en ocho grandes plazas. Allí se comercializan productos agrícolas y ganado vacuno y ovino. Es uno de los mercados tradicionales más notables del norte del país.

Muy cerca está Salcedo, con importante producción agrícola – ganadera, y popular por la preparación de los helados de fruta y pinol. Por otra parte, Tilipulo es conocido como el monasterio de San Juan Bautista, una reliquia arquitectónica colonial. Tiene bellas arquerías, un reloj de sol, patio, lagunas, árboles y cementerio, entre otros elementos singulares.

La fiesta de la “Mama Negra”, que representa la fertilidad y la productividad de la tierra, es una de las celebraciones populares más importantes del país. Tradicionalmente se realiza durante el mes de noviembre, aunque hay un festejo en septiembre organizado por las vivanderas de los mercados La Merced y Del Salto, con manifestaciones que datan del siglo XVIII, en honor a la Virgen de la Merced. Otras celebraciones muy conocidas son las que ejecutan los danzantes en Salcedo, Saquisilí, Pujilí y Latacunga. Lo hacen a propósito del carnaval y del Corpus Cristi.

Las chugchucaras es el plato tradicional de la región, que consiste en un preparado con cuero de chancho reventado, fritada, mote (maíz blanco), empanadas, plátanos maduros, choclos y canguil (palomitas de maíz). La bebida que acompaña a este succulento plato es la chicha o la cerveza. Otras delicias son las allullas con queso de hoja, colada de morocho y colada de maicena con capulí.

Su principal atractivo es el Parque Nacional Cotopaxi. Ubicada en la Hoya Oriental del Patate, en la zona central del país, la provincia de Cotopaxi

tiene un clima que oscila entre 12 y 17 grados centígrados. Cuenta con mercados indígenas importantes y es rica en tradiciones populares. Es lugar de visita obligada para los viajeros que llegan al país. A 60 Km. de Quito, el Parque Nacional Cotopaxi contiene el conocido volcán del mismo nombre, de 5.897 metros de altura. La zona, a pesar de su altura, presenta gran variedad de mamíferos, aves y especies endémicas. Allí habita el conejo de páramo. Así mismo alberga al Área de Recreación El Boliche, gran bosque con variada vegetación, reservas de animales y sitios para acampar. Otras características de la reserva son las lagunas, como la de Limpiopungo y sus bosques de pino. El nevado del Cotopaxi cuenta con un refugio abierto durante todo el año, con capacidad para albergar a decenas de turistas.

Por la vía que conduce a Pujilí, a cerca de 10 Km. de la población de Zumbahua, se ingresa para llegar a la laguna de Quilotoa. Se trata de una formación que se asienta en el fondo del cráter del mismo nombre, en la cordillera de Chugchillán. La mineralización de sus aguas impide la vida de ciertas especies. A su alrededor se levantan extensas montañas llenas de páramos y vida silvestre. El sitio, que está cerca de los volcanes Illinizas, es conocido también por ser zona de práctica de ciclismo de montaña.

3.1.3.1. Establecimientos Hoteleros

En los últimos años ha crecido considerablemente la infraestructura hotelera en la provincia de Cotopaxi, debido a la gran concurrencia de turistas nacionales y extranjeros. Así se tienen inscritos en el Ministerio de Turismo y en la Cámara de Turismo de la Provincia establecimientos hoteleros que cuentan con 382 habitaciones y 755 plazas; clasificados en primera, segunda y tercera categoría. Se ha considerado para el estudio

específico cinco hosterías de primera y segunda categoría que prestan similares servicios a los propuestos en este proyecto.

**CUADRO No. 3.3.
ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS**

CATEGORIAS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TOTAL HABITACIONES	TOTAL PLAZAS
Primera	5	87	216
Segunda	9	110	227
Tercera	11	185	312
Total	25	382	755

Fuente: MITUR

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.1.4. El Turismo en Pastocalle

La parroquia de Pastocalle ubicada en el faldas de la reserva, cuenta con productos turísticos como platos típicos, cultura, y artesanías, que son solo conocidas por sus habitantes con una población de 9.333 personas, cuenta con el acceso directo a la reserva ecológica de los Ilinizas, que es un atractivo natural muy prominente y hermoso.

Según datos del Ministerio del Ambiente a la Reserva los Ilinizas en el año 2007 ingresaron 859 turistas extranjeros y 494 nacionales, un total de 1.353 turistas, al Parque nacional Cotopaxi ingresaron 41.842 turistas extranjeros y 55.268 nacionales, un total de 97.110 turistas, al área recreacional El Boliche ingresaron 180 turistas extranjeros y 11.636 turistas nacionales, un total de 11.816 turistas.

La Reserva Ecológica Los Ilinizas se ubica en la vertiente occidental de la Cordillera Occidental de los Andes, en el Ecuador. Es una de las áreas

más jóvenes del Sistema; es, por tanto, aún poco conocida pero se sabe que la diversidad biológica que conserva es altísima. La mayoría de la reserva se encuentra en la provincia de Cotopaxi, La altura sobre el nivel del mar de la reserva varía desde 800 m hasta 5.248 m, y está manejada por el Ministerio del Ambiente. El área de la reserva es 149.900 ha, de las cuales 119.100 ha originalmente eran bosque nublado y 30.800 ha pertenecían al páramo (Romero-Torres, 1997), con una temperatura que fluctúa entre los 8ª y 14ªC. El área de los Ilinizas, ubicada entre las provincias de Pichincha y Cotopaxi, es un manantial inagotable para la cuenca del río Esmeralda, formada por los cauces del Toachi, San Pedro y Pilatón, que ganan caudal a medida que avanzan entre los relictos de bosques primarios mantenidos en esta zona, de los que ya quedan pocos a lo largo de la Cordillera.

Este ecosistema alberga diferentes especies de flora propias sobresalientes de la serranía que le otorgan un enorme potencial para la visita. Los llamados árboles de papel o bosques polylepis son los más sobresalientes en el Ilinizas. Estudios científicos revelan que hay 82 especies útiles para la medicina. En los bosques, ubicados en el lado occidental de la reserva, crecen helechos, matapalos, tachuelos, alisos arrayán, quishuar, pumamaqui y el romerillo y orquídeas. También encontramos pajonales, chuquiraguas, chochos de monte, puyas y pequeñas flores amarillas. En cuanto a la fauna presenta mamíferos menores como: chucuris, raposas, zorros hediondos, guantas, guatusas, además pumas, tigrillos , osos de anteojos y venados.

Según el sistema de clasificación de Harling (1979), que se muestra en los mapas de vegetación en Jorgensen & León-Yáñez (1999), las zonas de vegetación en la reserva incluyen el bosque pluvial montano bajo, bosque nublado, pastizales y vegetación de quebradas del norte del Ecuador, páramo de pajonal, páramo arbustivo y de almohadillas, y

páramo desértico, Esta característica se basa en el número de ecosistemas que se encuentran. Estos tipos de vegetación fueron descritos por Nelly (1999). Se dividen en dos puntas piramidales que probablemente fueron un volcán antiguo, hoy extinguido y tiene una altura absoluta de 5.202 mts.

En los llinizas se pueden realizar varias actividades como por ejemplo caminatas, charlas interpretativas y deportes de alto riesgo. Los turistas españoles o estadounidenses transitan en grupos y con mochilas por las calles de Pastocalle. Aunque no encuentran artesanías de la zona para llevarse como recuerdos, lo que más les atrae es el paisaje: las laderas rocosas, los cañones arenosos, la cultura de los pobladores, la comida típica, y el ambiente natural, que se convierten en un atractivo para la contemplación y el reposo.

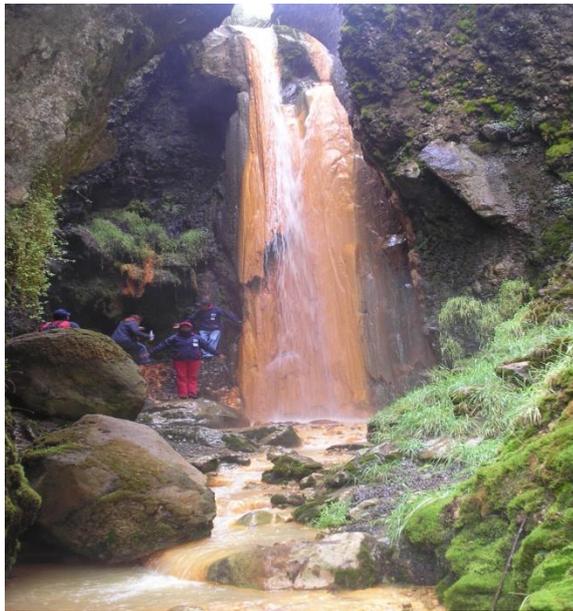
Lo que caracteriza a este tipo de turismo es que las comunidades receptoras se involucran y los beneficios económicos que se generan quedan en la misma comunidad. Asimismo participan micro y pequeñas empresas, además de organizaciones locales. En base a estas características, la presente propuesta pretende realizar un proyecto de turismo alternativo en la Parroquia san Juan de Pastocalle que esta ubicado en la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi su área de trabajo principal se centrara en la reserva Ecológica los llinizas y la Pastocalle.

3.1.4.1. Atractivos Turísticos

El volcán Cotopaxi y los llinizas constituyen los atractivos más importantes para los turistas. La cascada de Cunuyacu, conformada por las aguas termales que salen de la montaña, se deposita en una fosa natural hecha de piedra; en este lugar se pueden bañar cómodamente

unas tres personas. La vertiente proviene de los llinizas, de donde cae un pequeño chorro de agua caliente. Cuenta, además, con atractivos naturales tales como la laguna de los Patos y el bosque de La Aliaga.

GRÁFICO No. 3.1.
CASCADA DE CUNUYACU



Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

La cultura viva de la comunidad. Aquí podemos conocer las prácticas ancestrales, música, gastronomía y artesanías.

3.1.4.2. Servicios Turísticos Disponibles

En la actualidad se ofrece el servicio de guías, con profesionales en el área. El servicio de alimentación oferta platos típicos de la zona a pequeña escala, además podrá disfrutar de las áreas verdes del lugar con paisajes naturales y aire puro.

GRÁFICO No. 3.2. GUÍAS TURÍSTICOS



Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Para complementar los servicios de guías que se prestan en Pastocalle, es necesario la construcción del punto de partida hacia los diferentes atractivos turísticos, El centro de aclimatación será un lugar donde el turista encontrara un lugar tranquilo, acogedor y seguro para disfrutar de un paseo ideal ubicado en el centro del volcán Cotopaxi y de los Ilinizas.

3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La recopilación de información primaria a través de la aplicación de encuestas permite determinar la demanda insatisfecha y el nicho del mercado al que se buscará captar con la apertura de Cabañas San Jorge.

3.2.1. Objetivos

- Analizar la demanda de mercado en el área de influencia.

- Determinar las líneas de negocio en las que se pueden incurrir con Cabañas San Jorge.
- Determinar las ventas esperadas del proyecto.

3.2.2. Plan De Muestreo

3.2.2.1. Limitación Geográfica

Ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

3.2.2.2. Población

CUADRO No. 3.4.

POBLACIÓN

	DESCRIPCIÓN
1	Turistas de tránsito de Latacunga
2	Complejos Turísticos y Hoteles Latacunga

Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.2.2.3. Tamaño de la Población

CUADRO No. 3.5.

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN

	DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	INSTRUMENTO
1	Turistas de tránsito	30.670	Encuesta
2	Complejos Turísticos y Hoteles Latacunga	8	Entrevista

Fuente: MITUR - INEC

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.2.2.4. Error de Estimación

Los niveles aceptados por la Corporación Financiera Nacional, y el BID se aplica un error de estimación del 5%.

3.2.2.5. Probabilidad

P = Probabilidad de que ocurra el suceso = 0.5

Q = $1 - P = 0.5$

3.2.2.6. Tamaño de la Muestra

Aplicando la fórmula de tamaño de muestra $n = \frac{Z^2(NPQ)}{((N-1)(E^2) + Z^2(PQ))}$, se establece una muestra que será una cantidad aceptable de informantes, que darán una respuesta para la evaluación del proyecto. En donde:

n = Tamaño de muestra.

PQ = Variancia de la población con respecto a las principales características que van a representar.

N = Universo de estudio donde se va a extraer las muestras

E = Error de Estimación.

CUADRO No. 3.6
TAMAÑO DE LA MUESTRA

VARIABLES	VALOR
N	30670,00
P	0,50
Q	0,50
E	0,05
Z	1,64
$Z^2 Npq$	20622,51
$(n - 1)e^2$	76,67
$(n - 1)e + Z^2 pq$	77,34
$Npq / ((n-1)e^2 + Z^2 pq)$	266,63
Tamaño Muestra	267

Fuente: Estadística de Levit

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.2.2.7. Método

Muestreo Probabilístico Aleatorio Simple.

3.2.3. Cuestionario

Anexo 1: Encuesta Turistas

3.2.4. Resultados

Los siguientes cuadros, gráficas e interpretaciones indican los resultados obtenidos de la tabulación de los datos de las encuestas a los turistas:

3.2.4.1. Turistas en Tránsito

1. De que parte del mundo es usted?

CUADRO No. 3.7.
PROCEDENCIA DEL TURISTA

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NACIONAL	62	23,22%
EXTRANJERO	205	76,78%
TOTAL	267	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

El 23.22% de los turistas que llegan a la Provincia de Cotopaxi vienen de otras partes del país, el 76.78% proceden de otros países, por lo tanto los hoteles, hostería y complejos son utilizados para hospedaje por mayoría de extranjeros.

2. Cuántos días permanecerá en Ecuador?

CUADRO No. 3.8
DÍAS DE TURISMO EN ECUADOR

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS A 15 DÍAS	65	31,71%
ENTRE 15 Y 30 DÍAS	118	57,56%
MÁS DE 30 DÍAS	22	10,73%
TOTAL	205	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Entre 15 y 30 días los turistas extranjeros visitan el país en mayor porcentaje (57.56%), el 10.73% permanecen más de 30 días y el 31.71 de

extranjeros se quedan menos de 15 días. Por lo tanto el período de permanencia es moderado por turista en Ecuador.

3. Es la primera ocasión que visita la provincia de Cotopaxi?

**CUADRO No. 3.9
FRECUENCIA DE VISITA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	213	79,78%
NO	54	20,22%
TOTAL	267	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

El 79.78% de los turistas visita por primera vez la Provincia de Cotopaxi, mientras que el 20.22% ya han estado en este lugar en otras ocasiones.

4.Cuál es la principal razón por las que visita la provincia de Cotopaxi?

**CUADRO No. 3.10
RAZONES DE VISITA**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TURISMO	216	81.20%
TRABAJO	29	10.90%
DE PASO	11	4.14%
OTRO	5	3.76%
TOTAL	267	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Un 81.20% son turistas, el 10.90% viajan por trabajo, el 4.14% son extranjeros de paso por la ciudad, y un 3.76% llegó por otras razones.

5. Cuáles lugares turísticos visitará?

CUADRO No. 3.11.
LUGARES TURÍSTICOS

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VOLCAN COTOPAXI	81	37.50%
LAGUNA QUILOTOA	53	24.54%
FERIAS DE PUEBLO	28	12.96%
CIUDAD	19	8.80%
ILINIZAS	27	12.50%
OTRO	8	3.70%
TOTAL	216	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Aproximadamente el 12.50% de los turistas visitan la provincia de Cotopaxi para conocer y excursiones a los Ilinizas, pero el mayor atractivo es el volcán Cotopaxi con un 37.50% aproximadamente.

6. Por qué medio conoció la existencia de los Ilinizas?

CUADRO No. 3.12.
MEDIOS DE INFORMACIÓN

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRENSA	1	3,70%
AMIGOS	4	14,81%
INTERNET	11	40,74%
LUGAR DE HOSPEDAJE	7	25,93%
AGENCIA DE VIAJES	4	14,81%
TOTAL	27	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

El medio de comunicación y mayor impacto para atraer turistas es el Internet con un 40.74%, seguido de los lugares de hospedaje con el 25.93%.

7. En dónde se halla alojado?

CUADRO No. 3.13.
LUGAR DE ALOJAMIENTO

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HOTEL	73	33.80%
HOSTAL	76	35.19%
HOSTERÍA	62	28.70%
CASA	4	1.85%
OTRO	1	0.46%
TOTAL	216	100.00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Se puede observar una concentración de hospedaje de turistas en los hoteles, hostales y hosterías; mientras que en casas o domicilios es mínimo.

8. Cuántas personas le acompañan en su viaje (INCLUIDO USTED)?

**CUADRO No. 3.14.
ACOMPañANTES VIAJEROS**

	TURISTAS
PROMEDIO	3

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

El grupo turístico esta compuesto por un promedio de tres personas.

9. Conoce Pastocalle o ha escuchado sobre éste lugar?

**CUADRO No. 3.15.
CONOCIMIENTO DEL LUGAR**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	21,72%
NO	209	78,28%
TOTAL	267	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

El 21.71% de los turistas que visitan la provincia conocen Pastocalle o saben algo sobre ese sector, pero un gran número de turistas no lo conoce, pero en cambio en la pregunta 5 un 12.5% visitará los Ilinizas y Pastocalle es un lugar de tránsito hacia los nevados.

10. Le agradaría hospedarse en un hotel cerca de los Ilinizas, Volcán Cotopaxi y a 15 minutos de Latacunga?

**CUADRO No. 3.16.
INTENCIÓN DE HOSPEDAJE**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	23,61%
NO	165	76,39%
TOTAL	216	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Esta información permite concluir que un 23.61% de los turistas serán clientes potenciales para el uso de las Cabañas San Jorge.

3.3. OFERTA Y DEMANDA

3.3.1. Oferta

Los complejos turísticos y hostería en los que se hospedan principalmente los turistas nacionales y extranjeros son 10, y están ubicados en las zonas urbano marginales de la ciudad, así se tienen:

CUADRO No. 3.17.

OFERTA

No.	COMPLEJO / HOSTERÍA	ZONA
1	Hostería San Mateo	Latacunga
2	Hostería El Surillal	Salcedo
3	Hostería Rumipamba de la Rosas	Salcedo
4	La Posada del Rey	Lasso
5	Hostería la Ciénega	Lasso
6	San Agustín del Callo	Chasqui
7	Cuello de Luna	Chasqui
8	Hacienda Hato Verde	Mulaló
9	Quilotoa Crater Lake Lodge	Zumbahua
10	Centro Turístico Isinche	Pujilí

Fuente: Guía Comercial de Latacunga

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.3.1.1. El Precio en el Mercado

Considerando los centros de hospedaje de los turistas que visitan el volcán Cotopaxi y los Ilinizas, se evalúan el nivel de precios y los servicios generales que ofertan, así se tiene:

CUADRO No. 3.18.

PRECIOS

TIPO DE HABITACIÓN	SAN AGUSTIN DEL CALLO	SAN MATEO	LA CIENEGA	CUELLO DE LUNA
Habitación simple	43	36.60	37.95	40.00
Habitación doble	61	43.92	50.65	60.00
Habitación triple	72	51.24	57.50	80.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.3.1.2. Servicios de Complejos y Hosterías

Los principales servicios que prestan estas hosterías son los siguientes: Restaurante, hospedaje, bar, sala de juegos, canchas, excursiones, paseos turísticos áreas de descanso, caballos, bicicletas, internet y TV cable, ninguna posee discoteca, salvo cuando tiene compromisos sociales se adaptan salones y áreas verdes.

3.3.2. Demanda

La demanda turística constituye el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, cultura, etc, en su período vacacional. Esta puede valorarse como:

- Procedente del extranjero.
- Interior o nacional, dentro del país
- Regional
- Extra-regional
- Nacional que se dirige al exterior

Como se ha señalado, el turismo es un producto especial en el que los consumidores deben acudir físicamente al lugar de producción para adquirir el producto, y en el que el viaje es parte del propio producto. Con frecuencia, las condiciones económicas que predominan en el destino son bastante distintas de las de la zona emisora, sobre todo en el turismo internacional y en las visitas de largo recorrido. Por tanto, las variables económicas que afectan a los turistas en su lugar de residencia no serán las únicas que tengan un efecto sobre la demanda. La tabla ofrece una

clasificación de las variables económicas que pueden afectar a la demanda de turismo.

Un total de 230 mil 400 visitantes llegaron a Ecuador durante el primer trimestre del presente año, según informó la Dirección de Estadísticas del Ministerio de Turismo. Esta dependencia señala que esta cifra determina un incremento del 9,58 por ciento con relación a igual período de 2007.

Es importante señalar que el Ministerio de Turismo a través del Fondo Mixto de Promoción Turística, emprendió a partir de junio de 2005, grandes campañas de promoción en Europa, América del Norte y América del Sur. Según la información proporcionada al Ministerio de Turismo por la Dirección de Migración de la Policía Nacional, en enero se registró un ingreso de 84.707 visitantes, que representa un incremento del 8,43 por ciento; en febrero 72.235, con una variación del 24,11 por ciento y; en marzo 73.458, cifras que determinan un incremento trimestral de 9,58 por ciento.

Es importante señalar que en el 2008, Estados Unidos, fue el primer mercado emisor, con un total de 227.056 visitas; Colombia, con 178.621; Perú con 130,566; y, Chile con 21.125. Entre tanto por Europa España ocupa el primer lugar como mercado emisor con un total de 32.772 turistas; Reino Unido con 24.344; Alemania con 21.870; y Francia con 16.327 visitas. Según estimaciones realizadas por el Ministerio de Turismo, la tasa de variación promedio del período 1989 - 2008 refleja un crecimiento promedio anual de alrededor del 6%; es decir que manteniendo esta variación, para el año 2009, el Ecuador registraría una llegada que superaría los 1.200.000 visitantes. Las principales preferencias de visita al Ecuador según la División de Estadística e Información del Ministerio de Turismo son:

CUADRO No. 3.19.

PREFERENCIAS TURÍSTICAS EN EL ECUADOR

Visita a sitios naturales	Porcentajes
Montañas / Volcanes	8.92 %
Naturaleza en general	6.11 %
Otros	84.97%
Total	100%

Fuente: MITUR

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

CUADRO No. 3.20.

ATRATIVOS TURÍSTICOS COTOPAXI

Lugares Turísticos	Porcentaje de Visitas
Volcán Cotopaxi	33%
Laguna Quilotoa	25%
Ferías	2%
Saquisilí	12%
Tilipulo	4%
Salcedo	4%
Pujilí	9%
Campos	2%
Latacunga	7%
Ilinizas	2%
TOTAL	100%

Fuente: MITUR

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Los sitios más visitados son: en primer lugar el volcán Cotopaxi con un 33% de afluencia, luego la laguna del Quilotoa con un 25%, la feria de Saquisilí con un 12%, y el sector de influencia del Proyecto “Cabañas San Jorge” con un 2%.

3.3.2.1. DEMANDA ACTUAL

De acuerdo a esos datos se puede proyectar la demanda actual del proyecto, así:

CUADRO No. 3.21.

ESTIMACIÓN DEMANDA ACTUAL

No.	FACTOR	VALOR
1	Turistas a la Provincia de Cotopaxi	98.198 personas
2	Porcentaje de visitantes Ilinizas – Cotopaxi	35%
3	Tasa de Crecimiento Anual	15.33%
1X2	DEMANDA ACTUAL	34.369 TURISTAS

Fuente: Cuadros Anteriores

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

De acuerdo a los cálculos realizados se estima que actualmente existe una demanda actual anual de 34.368 turistas hacia el sector de influencia, es decir al volcán Cotopaxi y a los Ilinizas.

3.3.2.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Una vez establecida la demanda actual del proyecto (2008) se calcula la demanda proyectada para los siguientes años, considerando una tasa de crecimiento de 15.33%, así se tiene:

CUADRO No. 3.22.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

	TURISTAS
AÑO 0	34.369
AÑO 1	39.638
AÑO 2	45.714
AÑO 3	52.722
AÑO 4	60.805
AÑO 5	70.126

Fuente: Cuadro 3.21.

Elaborado Por: Doris Viera

3.3.3. Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha del proyecto se considera la pregunta No. 10 de la encuesta, que dice: ¿Le agradaría hospedarse en un hotel cerca de los Ilinizas, Volcán Cotopaxi y a 15 minutos de Latacunga?, en la que se obtuvo que el 23.61% de los turistas si se hospedarían en una Hostería, o cabañas ubicadas en Pastocalle; por lo tanto, multiplicando ese porcentaje por la cada uno de los valores de la Demanda Proyectada se tiene:

CUADRO No. 3.23.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA - No. Turistas

	ANUAL	MENSUAL
AÑO 0	8.115	676
AÑO 1	9.358	780
AÑO 2	10.793	899
<u>AÑO 3</u>	<u>12.448</u>	<u>1.037</u>
AÑO 4	14.356	1.196
AÑO 5	16.557	1.380

Fuente: Cuadro 3.22.

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

3.3.4. Ingresos Estimados del Proyecto

Estableciendo un precio mínimo de 15 USD actuales (El precio comprende hospedaje y 1 desayuno por turista), se proyecta el valor para los próximos años a una tasa de inflación del 10% anual, y multiplicado este factor por el número de turistas esperados se tienen los ingresos anuales estimados:

CUADRO No. 3.24.

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR AÑO

AÑO	PRECIO USD	No. Turistas	INGRESOS (DÓLARES)
0	15	8.115	121.718
1	17	9.358	154.415
2	18	10.793	195.895
3	20	12.448	248.519
4	22	14.356	315.278
5	24	16.557	399.971

Fuente: Cuadro 3.24.

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: OCT 09

Por lo tanto se esperan atender a un promedio de 12.448 turistas anuales, que representarían ingresos por 248.519 dólares, con una recepción anual mínima de 8.115 clientes y máxima de 16.557 turistas en Cabañas San Jorge.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

4.1.1. Antecedentes

La oferta turística de los servicios, por su parte, se basa en unos recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Los recursos se basan en los potenciales geográficos, histórico-monumentales, culturales que posee un núcleo turístico como son sus playas, monumentos, paisajes, folklore, gastronomía, etc, y que tiene un poder de atracción y motivación hacia los turistas.

La infraestructura se basa en los elementos físicos que componen el mercado para poder atender las necesidades de los turistas como carreteras, alojamientos, restaurantes, transportes, instalaciones deportivas y recreativas, etc. En definitiva, la oferta se basa en unos productos o servicios que están sujetos a una calidad y un precio que deben competir en el mercado frente a otros productos y servicios con el objetivo final de conseguir una sólida demanda.

4.1.2. Sector Geográfico

La provincia de Cotopaxi esta situada en el sector centro-septentrional del Ecuador, es una de las diez que integran la región llamada de la Sierra. Limita al norte con la de Pichincha, al oeste con la de Los Ríos, al sur con Bolívar y Tungurahua, y al este con la de Napo. En ella se reconocen las principales disposiciones de la cordillera de los Andes en su sector septentrional. El oeste de la provincia lo integran cordones montañosos y

valles, transversales al eje de la cordillera (valle del río Palaló, con sus afluentes Quindigua y Naranjal), de orientación y transición hacia el litoral pacífico. Al este de dicho valle se encuentran las mayores elevaciones de la cordillera Occidental, **Iliniza (5.263 m)** y **Los Quilotes (4.010 m)**.

La depresión central, donde se encuentra la capital, Latacunga, pertenece al llamado surco interandino; en él se traza el principal eje de comunicación de la provincia formado por la carretera Panamericana y el ferrocarril andino. Este sector se cierra con la cordillera Oriental, en la que se encuentra el **Cotopaxi (5.897 m)**, **volcán activo** y principal elevación de la provincia. El clima presenta la variedad y el contraste propios de los efectos de altitud y orientación, y a él se adecua la vegetación. Así, el extremo más occidental de la provincia alberga un bosque tropical húmedo; hacia el este evoluciona hacia tropical de montaña, en las hoyas hay zonas de cultivos templados, y finalmente aparecen los desiertos fríos de altura y los nevados. Es una de las provincias donde la población indígena (quechua) tiene una mayor participación en el cómputo total. Su población vive principalmente de la agricultura: maíz, cereales pienso, trigo, patatas y legumbres en las tierras templadas y frescas, mientras que en las más cálidas se produce caña, café y otros productos tropicales. Superficie, 6.072 km²; población (2008), 433.107 habitantes.

Los Ilinizas, representan el pico volcánico del Ecuador, situado en la cordillera Occidental de los Andes, en el territorio septentrional de Cotopaxi, junto a la frontera con la provincia de Pichincha. Su cima, cubierta por las nieves perpetuas, alcanza una altitud de 5.263 metros. Este volcán, hoy inactivo, forma parte del macizo montañoso del mismo nombre, que se encuentra al sur de la ciudad de Quito, la capital del país, y al sur del de Pichincha. El macizo de Iliniza presenta numerosas manifestaciones propias del relieve glaciario.

GRÁFICO No. 4.1.
RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES: CRÁTER DEL VOLCÁN COTOPAXI



Gonzalez/laif/Redux Pictures

Fuente: REDUX PICTURES

Elaborado Por: Doris Viera. Fecha: NOV 09

GRÁFICO No. 4.2.
RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES: VOLCÁN COTOPAXI



Fuente: ENCICLOPEDIA ENCARTA

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

GRÁFICO No. 4.3
RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES: ILINIZAS



Fuente: ENCICLOPEDIA ENCARTA

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

4.1.3. Servicios a Ofertarse

Además de circuitos turísticos guiados a los diferentes atractivos de la provincia de Cotopaxi, para los turistas nacionales y extranjeros que tiene una estadía de tránsito en Pastocalle, Cabañas San Jorge, y que busca conocer lugares diferentes y a su vez practicar algún deporte de aventura, donde se presentan los siguientes servicios:

HOSPEDAJE

El servicio de hospedaje para turistas extranjeros y nacionales el día y la hora que lo requiera. El servicio de alojamiento contara con tres tipos de habitaciones, triples, sencillas y dobles, que podrán ser modificadas de acuerdo a la necesidad del cliente previa reservación, o sin requerir reserva para el caso de estar disponibles.

ALIMENTACIÓN

El Restaurante con deliciosa comida hecha en casa, se ofrecerá gastronomía típica nacional, y especialidades de la zona.

ÁREAS VERDES

Jardines donde podrá conocer diversas plantas nativas del sector además de espacios que podrán ser utilizados para la recreación, tendrá a su disposición dos hectáreas de áreas verdes, jardines, juegos, senderos para caminatas.

ESPARCIMIENTO

Las actividades recreativas que podrán realizar en Cabañas San Jorge son:

- Fútbol
- Volley
- Sendero para caminatas
- Área de juegos al campo
- Billar
- Ping Pong
- Televisión por cable
- Internet

CAMINATAS GUIADAS Y EXCURSIONES

El turista podrá realizar caminatas con guías especializados por los diferentes senderos dentro del bosque con diversas plantas nativas del sector para dar a conocer las características y bondades curativas de su flora, las caminatas podrán ser desarrolladas en el interior de las instalaciones y alrededores si lo deseara el huésped.

Con respecto a las excursiones nuestro principal destino será la reserva ecológica los Ilinizas, donde visitaremos las aguas termales que poseen características medicinales, con una temperatura aproximada de 28 grados centígrados, que vierten del corazón de la montaña, formada natural por una fosa de piedra que permite bañarse cómodamente hasta tres personas, además podremos observar la cascada de Cunuk Yacu (Agua Caliente) con una caída de 15 metros de altura; a su alrededor podremos observar el bosque de panzac o mas conocido como bosque

de papel y con el buen tiempo se observa la laguna de patos que se encuentra en el centro de la montaña.

CABALGATAS

Estará a disposición de los huéspedes hermosos caballos de paseo para visitas a la reserva los llinizas y áreas del sector, o dentro de las instalaciones de la cabaña, las cabalgatas serán dirigidas por guías nativos especializados.

GRÁFICO No. 4.4.
ÁREAS PARA INFRAESTRUCTURA



Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: Doris Viera. Fecha: NOV 09

GRÁFICO No. 4.5.
ÁREAS VERDES



Fuente: Observación Directa

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

4.1.4. Paquetes Turísticos

Paquete N°1: Dos días y una noche

Día 1: Cocktail de bienvenida, almuerzo, acomodaciones, en la tarde deportiva, caminata por las inmediaciones de la hostería. Este es un día de aclimatación y por lo tanto la actividad es más bien ligera. Entre las amenidades con las que contamos consta con juegos de salón, y muy agradables chimeneas. Cena y alojamiento.

Día 2: Asistencia opcional al ordeño criollo, desayuno, cabalgata al lliniza, paseo por el páramo, retorno a la hostería luego de un pequeño reposo en las áreas de relax.

Paquete N°2: Tres días y dos noches

Día 1: Cocktail de bienvenida, almuerzo, acomodaciones, en la tarde deportiva, caminata por las inmediaciones de la hostería. Este es un día de aclimatación y por lo tanto la actividad es más bien ligera. Entre las amenidades con las que contamos consta de juegos de salón Cena y alojamiento.

Día 2: Asistencia opcional al ordeño criollo, desayuno, cabalgata a los llinizas, visita a sus alrededores, pesca, almuerzo campero, en la tarde retorno a las Cabañas y cena.

Día 3: Desayuno, paseo a la cascada en caballo, actividad opcional, caminata, bicicletas, cuadrones o simplemente relax, salida al Cotopaxi y retorno del segundo refugio.

4.2. TAMAÑO ÓPTIMO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. La determinación del tamaño de un proyecto es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y los aspectos como, la disponibilidad de materias primas, la tecnología y los equipos, el financiamiento y la organización.

4.2.1. El Mercado

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño. En este caso la definición del tamaño se lo hace en base a la demanda insatisfecha calculado en el estudio de mercado, así se tiene:

CUADRO No. 4.1.

DEMANDA INSATISFECHA - No. Turistas

	ANUAL	MENSUAL	DIARIO
AÑO 0	8.115	676	23
AÑO 1	9.358	780	26
AÑO 2	10.793	899	30
AÑO 3	<u>12.448</u>	<u>1.037</u>	<u>35</u>
AÑO 4	14.356	1.196	40
AÑO 5	16.557	1.380	46

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

Por lo tanto, se considerará una capacidad de atención de 35 clientes por día, es decir 12.488 por año como máximo, entonces a partir del año 3 se espera atender a la capacidad total de servicio, entonces se tiene:

CUADRO No. 4.2.

DEMANDA DEL PROYECTO - No. Turistas

	ANUAL	MENSUAL	DIARIO
AÑO 0	8.115	676	23
AÑO 1	9.358	780	26
AÑO 2	10.793	899	30
AÑO 3	12.448	1.037	35
AÑO 4	12.448	1.037	35
AÑO 5	12.448	1.037	35

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

4.2.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión mínimos del proyecto es claro que la realización del mismo es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para los cuales existe una gran diferencia de costos y rendimiento económico para producciones similares, la prudencia aconsejara escoger aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca los menores costos y un alto rendimiento del capital.

En el caso de este proyecto de Cabañas San Jorge, se espera obtener recursos a través de la Corporación Financiera Nacional que otorga créditos para Micro Empresas con una tasa de interés del 11.0% y hasta 300.000 dólares, con un aporte de los inversionistas del 30% del total de los recursos financieros requeridos.

4.3. LOCALIZACIÓN

La importancia de definir la localización del proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen, así la decisión de que se adopte de localización determinará el alcance de los ingresos estimados en el estudio de mercado. Para Cabañas San Jorge se toman en cuenta los siguientes factores:

- **El mercado y las fuentes de materias primas**

Consiste en conocer si la industria quedará cerca de las materias primas o cerca del mercado en que se venderán los productos. Por eso se habla de industrias orientadas al mercado y de industrias orientadas a los insumos. Para la ubicación del proyecto, la zona de Pastocalle, es una oportunidad este factor porque se halla a veinte minutos de la ciudad de Latacunga, y muy cerca de las zonas de provisión de alimentos naturales propias del sector, además se halla a diez minutos de Lasso.

- **Disponibilidad de Personal**

La incidencia de ese factor sobre la localización está en el costo que representa para la empresa en estudio, sobre todo si la mano de obra requerida es de alta calificación o especializada. Se consideran los siguientes factores de requerimiento:

- Personal Especializado; para administración de las cabañas, que serán profesionales expertos en el área turística y que pueden provenir de la Escuela Politécnica del Ejército Sede Latacunga, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de la Universidad Técnica de

Ambato, o de la competencia local como de otras hosterías, centros de recreación turística, hoteles de Latacunga o Ambato.

- Otro personal especialista a nivel operativo es el CHEF, que en nuestra zona es muy experimentado, en Pastocalle se dispone de excelentes mujeres dedicadas a la cocina típica, o de igual manera se puede reclutar de centros de gastronomía y de los competidores.
- Para el trabajo operativa se aprovechará la experiencia y mano de obra local de Pastocalle, allí se dispone de guías, meseros, guardias, camareras, entre otros.

- **Infraestructura**

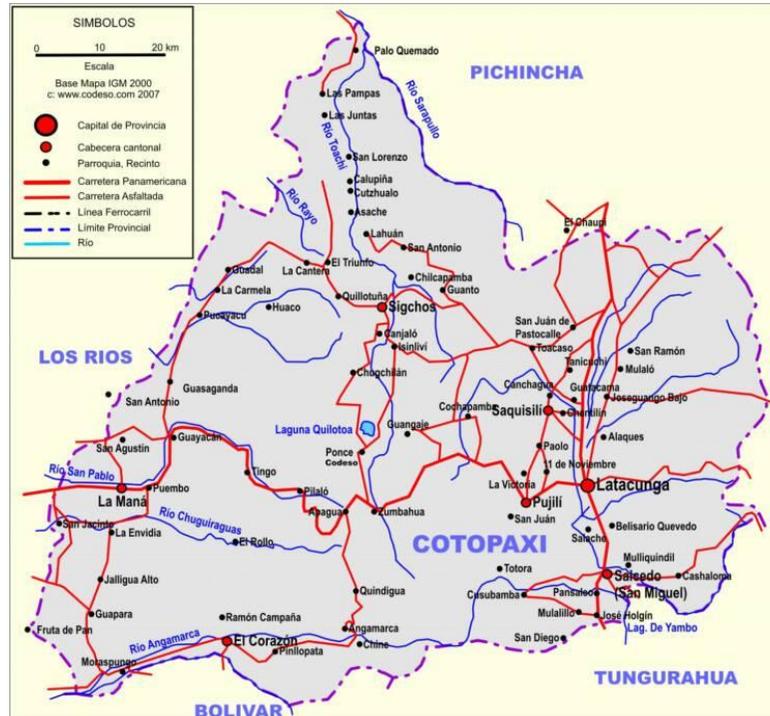
La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del proyecto está integrada por los siguientes elementos: fuentes de suministro de agua; facilidades para la eliminación de desechos; disponibilidad de energía eléctrica y combustible; servicios públicos diversos; etc. Para Cabañas San Jorge se requieren evaluar los siguientes factores:

- **Fuentes de Suministro de Agua.** El agua es un insumo prácticamente indispensable en la totalidad de las actividades productivas. Su influencia como factor de localización depende del balance entre requerimientos y disponibilidad presente y futura. Se dispone de agua potable y de regadío.
- **Facilidades para la Eliminación de Desechos.** Para algunas empresas la disponibilidad de medios naturales para la eliminación de ciertos desechos resulta indispensable, por lo que su localización queda subordinada a la existencia de éstos medios. La recolección y desecho de basura corre a cuenta de la hostería

- **Disponibilidad de Energía Eléctrica y Combustible.** Éste suele ser un factor determinante para la localización de una empresa industrial, ya que la mayor parte de los equipos industriales modernos utilizan energía. Si bien es cierto que la energía eléctrica es transportable, la inversión necesaria puede no justificarse para una sola industria, debido a las tarifas elevadas para determinados propósitos industriales. En el caso del proyecto existe suministro de energía eléctrica proveniente de Pastocalle.
- **Servicios Públicos Diversos.** Otros importantes servicios públicos requeridos son: facilidades habitacionales, caminos-vías de acceso y calles, servicios médicos, seguridad pública, facilidades educacionales, red de drenaje y alcantarillado etc. Existen caminos vecinales y carreteros de segundo orden que facilitan el traslado de y hacia las cabañas.

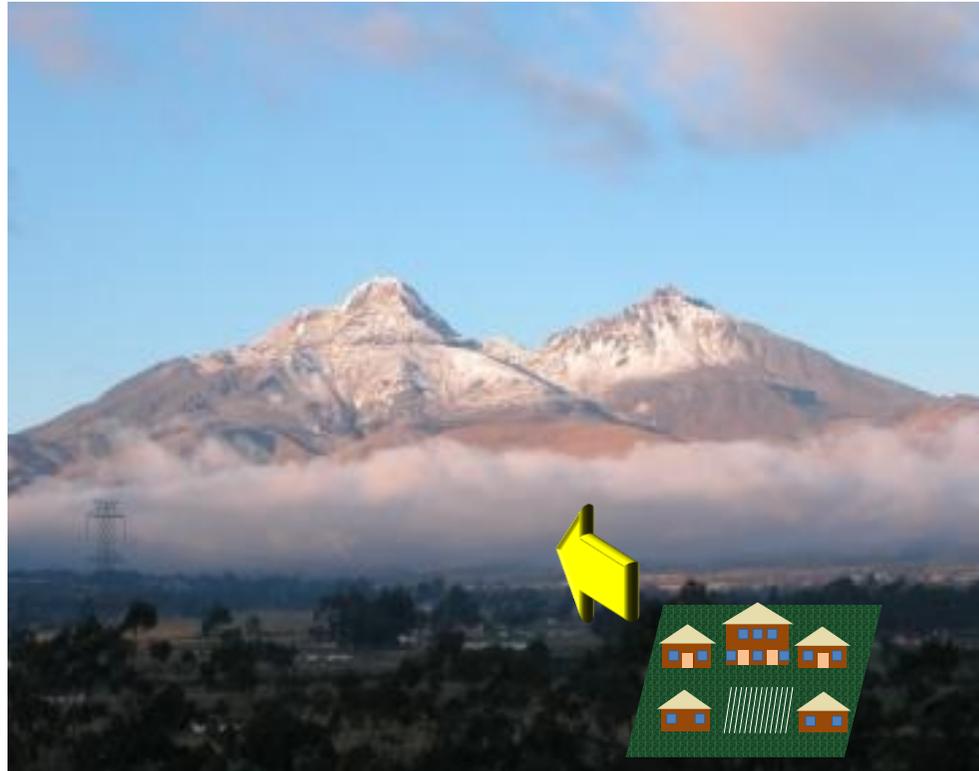
La localización de Cabañas san Jorge, es en el sector de Pastocalle cerca de los llinizas.

GRÁFICO No. 4.6.
LOCALIZACIÓN
PROVINCIA DE COTOPAXI



Fuente: Microsoft Encarta
 Elaborado Por: Doris Viera
 Fecha: NOV 09

GRÁFICO No. 4.7.
LOCALIZACIÓN



Fuente: Localización

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

4.4. CAPACIDAD INSTALADA

Los requerimientos de activos para establecer la inversión que se requiere para poner en marcha el Complejo Turístico de Cabañas san Jorge se lo realiza de acuerdo a la demanda insatisfecha que se debe atender diariamente, por lo tanto la capacidad instalada del proyecto será:

CUADRO No. 4.3.

CAPACIDAD INSTALADA DEL PROYECTO

	Simple	Dobles	Triples	Total
No. HABITACIONES	2	3	9	14
Total Plazas	2	6	27	35

Fuente: Cuadro de Demanda Insatisfecha

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

Considerando que la atención la capacidad instalada del proyecto será de 35 plazas diarias, pero que no serán ocupadas inmediatamente hasta lograr posicionamiento, y se dispondrán de 14 habitaciones.

4.5. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS

4.5.1. ACTIVOS FIJOS

VEHÍCULOS

Una camioneta doble cabina Toyota HILUX con un valor de mercado de 31.000 incluido matrícula, vehículo que servirá para trasladar a los turistas hacia las zonas de excursión o recogerlos del lugar de su llegada (Latacunga, Lasso). De la misma manera se empleará la camioneta para realizar la logística interna del negocio.

TERRENO

El terreno existente es de propiedad del inversionista, tiene 5 hectáreas y esta valorado comercialmente en 44.000 dólares.

EDIFICIOS

Se deben construir cabañas que contengan habitaciones dobles, triples o simples cada una, por lo tanto se tiene la siguiente distribución:

CUADRO No. 4.4.

CABAÑAS

CABAÑA	HABITACIONES			
	Simple	Dobles	Triples	Total
UNO	1	1	2	4
DOS	1	1	2	4
TRES	-	1	2	3
CUATRO	-	-	3	3
Total	2	3	9	14

Fuente: Capacidad Instalada

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

Además es indispensable construir áreas de uso social y administrativo, por lo tanto se tiene:

CUADRO No. 4.5.

ÁREAS ADMINISTRATIVAS

ÁREA	Cantidad
Oficina Recepción	1
Sala de Espera	1
Bar / discoteca	1
Baño Social	4
Lavandería	1
Restaurante	1
Cocina	1
Dormitorio Guardia	1
Dormitorio Administrador	1
Dormitorio Camarera	1

Fuente: Cuadro de Demanda Insatisfecha

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

De igual manera se deben disponer de áreas verdes y de recreación, así:

CUADRO No. 4.6.

ÁREAS VERDES Y RECREACIÓN

ÁREA	Cantidad
Canchas	2
Jardines / Bosque	1
Caminos Vecinales	4
Parques sociales	1
Restaurante	1
Parqueadero	1

Fuente: Cuadro de Demanda Insatisfecha

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

Las obras de construcción llegan a 750 metros cuadrados de construcción, el costo de obra terminada es de 350 dólares por metro cuadrado, por lo que se tiene un valor en infraestructura de 262.500 dólares.

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

Para el funcionamiento operativo y administrativo de las Cabañas San Jorge se necesitan:

CUADRO No. 4.7.

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

DETALLE	Cantidad	PRECIO	
		Unitario	Total
Computadoras	1	700	700
Fax Panasonic	1	213	213
Impresora, copiadora, scanner Epson	1	240	240
Sumadoras	1	45	45
Refrigeradora	1	2.345	2.345
Cocina Industrial	1	1.452	1.452
Nevera	4	256	1.024
Licuada	2	125	250
Cafetera Industrial	1	212	212
Teléfonos	15	45,	675
Televisores	15	242	3.630
Herramientas adicionales	1	350	350
Total			11.136

Fuente: Capacidad Instalada

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

MUEBLES Y ENSERES

CUADRO No. 4.8.

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	Cantidad	PRECIO	
		Unitario	Total
Cama de 1 plaza	14	212	2968
Cama de 2 plazas	12	342	4104
Juego de sala	2	567	1134
Muebles áreas sociales	1	3000	3000
Muebles Restaurante / Cocina / Oficina	1	4000	4000
Total			15206

Fuente: Capacidad Instalada

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

4.5.2. CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO No. 4.9.

CAPITAL DE TRABAJO ESTIMADO

DETALLE	VALOR MENSUAL
REMUNERACIONES	2.550,00
MENAJE	4.753,70
ALIMENTOS	500,00
PUBLICIDAD	400,00
COMBUSTIBLE	250,00
GASTOS SUMINISTROS	100,00
GASTOS TELÉFONO	150,00
GASTOS GENERALES	180,00
TOTAL	8.883,70

Fuente: Capacidad Instalada

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

CUADRO No. 4.10.

PERSONAL REQUERIDO

CARGO	No. Personal	SALARIO MES	TOTAL USD/MES	TOTAL USD/ANUAL
Administrador	1	800,00	800,00	9.600,00
Meseros	1	300,00	300,00	3.600,00
Guías	2	400,00	800,00	7.200,00
Guardias	1	300,00	300,00	3.600,00
Cocinero	1	300,00	300,00	3.600,00
Jardinero / Mensajero	1	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL	7	2.350,00	2.750,00	33.000,00

Fuente: Capacidad Instalada

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

4.5.3. MENAJE

CUADRO No. 4.11.

MENAJE

Menaje en General	Cantidad	Valor unitario	Total
Sarten steel coat 30.50cm	1	25,00	25,00
Cuchara sólida de 33cm	1	3,00	3,00
Cuchara ranurada de 33cm	1	4,50	4,50
Cuchara perforada de 33cm	1	4,50	4,50
Cucharón de 12 oz	1	9,00	9,00
Servidor de helado 16	1	11,30	11,30
Cacerola de 3¾ lts	3	28,50	85,50
Cacerola acero inoxidable de 3 lts	1	14,00	14,00
Cuchillo normas	36	3,40	122,40
Cucharita modelo arcadia	36	1,00	36,00
Tenedor normal	36	1,00	36,00
Cuchara de sopa	36	1,00	36,00
Juego de vajilla sencilla 20 piezas	4	48,00	192,00
Olla de acero inoxidable de 8.3 lts	2	40,00	80,00
Jarra térmica para bebidas	1	14,00	14,00
Vasos transparentes	48	1,00	48,00
Juego de sábanas de 2 plazas	6	14,00	84,00
Juego de sábanas de 1 plaza	54	11,00	594,00
Toallas pequeñas	60	2,00	120,00
Toallas medianas	48	4,00	192,00
Toallas grandes	48	7,00	336,00
Cobija de 2 plazas (lana)	12	16,00	192,00
Cobija sobrecama de 2 plazas	6	15,00	90,00
Cobija de tigre de 1 plaza	81	11,00	891,00
Cobija sobrecama de 1 plazas	48	11,00	528,00
Colchón de 2 plazas	2	45,00	90,00
Colchón de 1 plaza	27	28,00	756,00
Almohadas	29	5,50	159,50
Total			4.753,70

Fuente: Capacidad Instalada

Elaborado Por: Doris Viera

FECHA: NOV 09

4.5.4. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Corresponden a los gastos legales que implica la conformación jurídica de la empresa que se creará para operar el proyecto.¹⁶

Los gastos de constitución de Cabañas San Jorge se detallan a continuación:

CUADRO No. 4.12.
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

	VALOR
Afiliación cámara de turismo	120,00
Patente municipal	80,00
Registro mercantil	10,00
Notarización	80,00
Publicación en el periódico	57,55
Honorarios Abogado	300,00
Total	647,55

Fuente: Consulta Directa

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

¹⁶ Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos", tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero de los proyectos de inversión tiene por objeto determinar, de una manera contable, la magnitud de la inversión de la alternativa de producción que se determino en el estudio técnico. El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto. De esta forma se asegura que los recursos que dispone la empresa sean asignados de la mejor manera posible y así los accionistas tendrán la información adecuada que les permitirá una decisión satisfactoria.¹⁷

5.1. SUPUESTOS DE PROYECCIÓN FINANCIERA

De todo el análisis realizado en los capítulos anteriores se tienen los rubros de cuentas presupuestados o estimados para utilizarlos como base de la estructura de los Estados Financieros, es así que para determinadas cuentas se requieren indicadores que permitan realizar la presupuestación, éstos indicadores seleccionados de mercado son:

- Capacidad máxima para atender diariamente a los turistas en Cabañas San Jorge será de 35 durante los cinco años de estudio, de acuerdo al análisis de la demanda insatisfecha y de la capacidad instalada del proyecto.

¹⁷ CALDAS MOLINA Marcos, "Preparación y evaluación de proyectos", tercera edición, Publicaciones "H" Quito – Ecuador, 1995.

- Gastos de promoción y publicidad por 3.600 dólares anuales.
- El costo de oportunidad utilizado es el estándar de la CFN para créditos productivos turístico vigente al julio del 2009 que es de 15%.
- Depreciación de activos fijos, bajo el método de línea recta porque es lo exigido por el Servicio de Rentas Internas dentro de la contabilidad.
- Tiempo de evaluación del proyecto, cinco años, debido a la alta incertidumbre política y económica que sufre nuestro país.
- Se requieren de doce meses como tiempo pre-operativo para preparar el inicio del negocio, y realizar la construcción, adquirir activos, instalar mobiliario, capacitar al personal y dar a conocer el negocio.
- Comisiones por ventas del 5% de los ingresos anuales.
- Tasa de inflación del 10% anual, durante los cinco años.
- Financiamiento de la inversión a una tasa del 11.5% anual neta que ofrece la Corporación Financiera Nacional.
- Préstamo a la CFN solicitado de 200.000 dólares.

5.2. INVERSIÓN

Los requerimientos de inversión para implementar las Cabañas San Jorge son de 364.842,00 dólares en activos fijos, 24.745,93 dólares en activos diferidos y 8.873,70 dólares para capital de trabajo, lo que representa una inversión total de 398.461,63, así:

CUADRO No. 5.1.
INVERSIÓN INICIAL

ACTIVO FIJO	VALOR - DÓLARES
Terreno	44.000,00
Edificio	262.500,00
Equipos y Herramientas	11.136,00
Muebles y Enseres	15.206,00
Vehículos	32.000,00
SUBTOTAL	364.842,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Preoperativos	22.920,00
Gastos Legales	647,55
Imprevistos (5% de activos diferidos)	1.178,38
SUBTOTAL	24.745,93
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de Trabajo Operativo	8.873,70
SUBTOTAL	8.873,70
INVERSION TOTAL	398.461,63

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

5.3. FINANCIAMIENTO

La estructura de capital para establecer el financiamiento propuesta es de **398.461,63** dólares, de los cuales 200,000,00 dólares se financiarán con la CFN a una tasa del 11.5% y a un plazo de cinco años y los 198.461,63 dólares representarán el aporte de los inversionistas del proyecto.

CUADRO No. 5.2.
FINANCIAMIENTO

Monto	200.000,00 dólares
Intereses del crédito de largo plazo (anual) TASA CFN	11,50%
Plazo	10 semestres
Período de gracia TOTAL	0
Período de gracia PARCIAL	0
Período de solicitud de crédito	Operacional – Año 1

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

CUADRO No. 5.3.
TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO:	200.000,00			
PLAZO	10			
INTERÉS NOMINAL	5,75%	ANUAL	11,50%	
CUOTA	26.852,65			
PERIODO DE PAGO	Semestral			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	200.000,00	11.500,00	15.352,65	26.852,65
2	184.647,35	10.617,22	16.235,43	26.852,65
3	168.411,92	9.683,69	17.168,97	26.852,65
4	151.242,95	8.696,47	18.156,18	26.852,65
5	133.086,76	7.652,49	19.200,16	26.852,65
6	113.886,60	6.548,48	20.304,17	26.852,65
7	93.582,42	5.380,99	21.471,66	26.852,65
8	72.110,76	4.146,37	22.706,28	26.852,65
9	49.404,48	2.840,76	24.011,90	26.852,65
10	25.392,58	1.460,07	25.392,58	26.852,65

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

Los pagos semestrales que debe realizarse por motivo del préstamo a la CFN son de 26.852,65 dólares.

5.4. PRESUPUESTOS OPERATIVOS

5.4.1. GASTOS

**CUADRO No. 5.4.
COSTOS Y GASTOS**

COSTOS DIRECTOS	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00
Alimentos para Restaurante	21.055,50	32.379,00	40.456,00	43.568,00	59.128,00
Subtotal	34.255,50	45.579,00	53.656,00	56.768,00	72.328,00
COSTOS INDIRECTOS					
Costos que representan desembolso:					
Suministros y servicios	11.640,00	13.764,00	14.780,40	15.898,44	17.128,28
Mantenimiento y seguros	25.667,36	25.667,36	26.558,24	26.558,24	26.558,24
Parcial	37.307,36	39.431,36	41.338,64	42.456,68	43.686,52
Costos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	24.757,60	24.757,60	28.469,60	28.469,60	28.469,60
Amortizaciones	235,68	235,68	235,68	235,68	235,68
Subtotal	62.300,64	64.424,64	70.043,92	71.161,96	72.391,80
GASTOS DE ADMINISTRACION	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	19.800,00	19.800,00	19.800,00	19.800,00	19.800,00
Servicios Profesionales Contabilidad	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00
Servicios de transporte	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Parcial	22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00
Gastos que no representan desembolso:					
Amortizaciones	4.713,51	4.713,51	4.713,51	4.713,51	4.713,51
Subtotal	27.633,51	27.633,51	27.633,51	27.633,51	27.633,51
GASTOS DE VENTAS	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Gastos que representan desembolso:					
Comisiones sobre ventas	4.632,45	5.876,85	7.455,57	8.215,68	8.962,56
Promoción y Publicidad	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Subtotal	8.232,45	9.836,85	11.811,57	13.007,28	14.233,32
GASTOS FINANCIEROS	22.117,22	18.380,15	14.200,97	9.527,36	4.300,83
TOTAL	154.539,32	165.854,15	177.345,96	178.098,10	190.887,46

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

5.4.2. PRESUPUESTO DE VENTAS

En vista que la capacidad instalada del proyecto es de 35 turistas por día, es decir 12.448 turistas al año, de la proyección de demanda insatisfecha a partir del tercer año la cantidad de turista considerada para las ventas es de 12.448, por lo tanto se tienen los siguientes ingresos por ventas.

CUADRO No. 5.5.
PRESUPUESTO DE VENTAS

	1	2	3	4	5
Turistas Año	9.358	10.793	12.448	12.448	12.448
Precio Por día	17	18	20	22	24
Total ventas	154.415,00	195.895,00	248.519,00	273.856,00	298.752,00

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS

5.5.1. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados sirve para calcular la utilidad o pérdida netas que genera un proyecto durante su periodo operativo.¹⁸ Para los próximos cinco años se estiman los siguientes ingresos, gastos y utilidades, considerando que en el primer año de ejecución del proyecto, de manera pesimista, se espera una pérdida de -124,32 dólares, pero a partir del segundo año se estiman ganancias, así:

¹⁸ GALLARDO JUAN. Formulación y Evaluación de Proyectos. México.2002.

CUADRO No. 5.6.
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PRESUPUESTADO

	1	2	3	4	5
Ventas Netas	154.415,00	195.895,00	248.519,00	273.856,00	298.752,00
Costo de Ventas	96.556,14	110.003,64	123.699,92	127.929,96	144.719,80
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	57.858,86	85.891,36	124.819,08	145.926,04	154.032,20
Gastos de ventas	8.232,45	9.836,85	11.811,57	13.007,28	14.233,32
Gastos de administración	27.633,51	27.633,51	27.633,51	27.633,51	27.633,51
UTILIDAD OPERACIONAL	21.992,90	48.421,00	85.374,00	105.285,25	112.165,37
Gastos financieros	22.117,22	18.380,15	14.200,97	9.527,36	4.300,83
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	-124,32	30.040,85	71.173,04	95.757,90	107.864,54
Participación utilidades	0,00	4.506,13	10.675,96	14.363,68	16.179,68
UTILIDAD ANTES IMP.RENTA	-124,32	25.534,72	60.497,08	81.394,21	91.684,86
Impuesto a la renta	0,00	6.383,68	15.124,27	20.348,55	22.921,21
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	-124,32	19.151,04	45.372,81	61.045,66	68.763,64

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

5.5.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Nos permite calcular la disponibilidad real de caja, de acuerdo a las salidas y entradas de efectivo realizadas durante cada año y evaluadas en los cinco años de análisis del negocio.

El flujo de entradas y salidas de efectivo que se estima se presentará en el desarrollo del proyecto es:

CUADRO No. 5.7.
FLUJO DE EFECTIVO MÉTODO DIRECTO

	PREOP.	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,00	154.415,00	195.895,00	248.519,00	273.856,00	298.752,00
Parcial	0,00	154.415,00	195.895,00	248.519,00	273.856,00	298.752,00
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	0,00	30.940,88	45.199,38	54.563,32	59.207,11	74.959,62
Mano de obra directa e imprevistos		13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00	13.200,00
Gastos de ventas		8.232,45	9.836,85	11.811,57	13.007,28	14.233,32
Gastos de administración		22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00	22.920,00
Costos de fabricación		25.667,36	25.667,36	26.558,24	26.558,24	26.558,24
Parcial	0,00	100.960,69	116.823,59	129.053,13	134.892,63	151.871,18
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	53.454,32	79.071,42	119.465,87	138.963,37	146.880,82
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Créditos a CFN	0,00	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de capital	398.461,63	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	398.461,63	200.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		22.117,22	18.380,15	14.200,97	9.527,36	4.300,83
Pago de principal (capital) de los pasivos	0,00	31.588,08	35.325,15	39.504,34	44.177,95	49.404,48
Pago participación de trabajadores		0,00	0,00	4.506,13	10.675,96	14.363,68
Pago de impuesto a la renta	0,00	0,00	0,00	6.383,68	15.124,27	20.348,55
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Terreno	44.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Edificio	262.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos y Herramientas	11.136,00	0,00	0,00	11.136,00	11.136,00	0,00
Muebles y Enseres	15.206,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vehículos	32.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos diferidos	24.745,93					
Parcial	389.587,93	53.705,31	53.705,31	75.731,11	90.641,53	88.417,54
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	8.873,70	146.294,69	-53.705,31	-75.731,11	-90.641,53	-88.417,54
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	8.873,70	199.749,01	25.366,11	43.734,76	48.321,84	58.463,28
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	8.873,70	208.622,71	233.988,82	277.723,57	326.045,42
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	8.873,70	208.622,71	233.988,82	277.723,57	326.045,42	384.508,69
REQUERIMIENTOS DE CAJA		4.206,70	4.867,65	5.377,21	5.620,53	6.327,97
NECESIDADES EFECTIVO (CREDITO CORTO PLAZO)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

5.5.3. BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL

**CUADRO No. 5.8.
BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL**

ACTIVOS	INICIAL
ACTIVO CORRIENTE	
Caja y bancos	8.873,70
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.873,70
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	44.000,00
Edificio	262.500,00
Equipos y Herramientas	11.136,00
Muebles y Enseres	15.206,00
Vehículos	32.000,00
Subtotal activos fijos	364.842,00
(-) depreciaciones	
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	364.842,00
ACTIVO DIFERIDO	24.745,93
Amortización acumulada	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	24.745,93
OTROS ACTIVOS	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	398.461,63
PASIVO CORRIENTE	
Deuda a largo plazo	40.000,00
Porción corriente deuda largo plazo	0,00
Cuentas y documentos por pagar proveedores	0,00
Gastos acumulados por pagar	0,00
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	40,000,00
PASIVO LARGO PLAZO	160,000,00
TOTAL DE PASIVOS	200.000,00
PATRIMONIO	
Capital social pagado	198.461,63
Reserva legal	0,00
Futuras capitalizaciones	0,00
Utilidad (pérdida) retenida	0,00
Utilidad (pérdida) neta	0,00
TOTAL PATRIMONIO	198.461,63
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	398.461,63
COMPROBACION	0,0000

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

CAPÍTULO VI

6. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1. RATIOS FINANCIEROS

Matemáticamente, un ratio es una razón, es decir, la relación entre dos números. Son un conjunto de índices, resultado de relacionar dos cuentas del Balance o del estado de Ganancias y Pérdidas. Los ratios proveen información que permite tomar decisiones acertadas a quienes estén interesados en la empresa, sean éstos sus dueños, banqueros, asesores, capacitadores, el gobierno, etc. Por ejemplo, si comparamos el activo corriente con el pasivo corriente, sabremos cuál es la capacidad de pago de la empresa y si es suficiente para responder por las obligaciones contraídas con terceros.

Sirven para determinar la magnitud y dirección de los cambios sufridos en la empresa durante un periodo de tiempo. Fundamentalmente los ratios están divididos en 4 grandes grupos:

- Índices de liquidez. Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.
- Índices de Gestión o actividad. Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren.
- Índices de Solvencia, endeudamiento o apalancamiento. Ratios que relacionan recursos y compromisos.
- Índices de Rentabilidad. Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera).

A. Análisis de Liquidez

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente.

Una buena imagen y posición frente a los intermediarios financieros, requiere: mantener un nivel de capital de trabajo suficiente para llevar a cabo las operaciones que sean necesarias para generar un excedente que permita a la empresa continuar normalmente con su actividad y que produzca el dinero suficiente para cancelar las necesidades de los gastos financieros que le demande su estructura de endeudamiento en el corto plazo. Estos ratios son cuatro:

1a) Ratio de liquidez general o razón corriente

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente. El activo corriente incluye básicamente las cuentas de caja, bancos, cuentas y letras por cobrar, valores de fácil negociación e inventarios. Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.

$$[1] \text{ LIQUIDEZ GENERAL} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$$

2a) Ratio prueba ácida

Es aquel indicador que al descartar del activo corriente cuentas que no son fácilmente realizables, proporciona una medida más exigente de la capacidad de pago de una empresa en el corto plazo. Es algo más severa que la anterior y es calculada restando el inventario del activo corriente y dividiendo esta diferencia entre el pasivo corriente. Los inventarios son excluidos del análisis porque son los activos menos líquidos y los más sujetos a pérdidas en caso de quiebra.

$$[2] \text{ PRUEBA ACIDA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \text{veces}$$

3a) Ratio prueba defensiva

Permite medir la capacidad efectiva de la empresa en el corto plazo; considera únicamente los activos mantenidos en Caja-Bancos y los valores negociables, descartando la influencia de la variable tiempo y la incertidumbre de los precios de las demás cuentas del activo corriente. Nos indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a sus flujos de venta. Calculamos este ratio dividiendo el total de los saldos de caja y bancos entre el pasivo corriente.

$$[3] \text{ PRUEBA DEFENSIVA} = \frac{\text{CAJA BANCOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \%$$

4a) Ratio capital de trabajo

Como es utilizado con frecuencia, vamos a definirla como una relación entre los Activos Corrientes y los Pasivos Corrientes; no es una razón definida en términos de un rubro dividido por otro. El Capital de Trabajo, es lo que le queda a la firma después de pagar sus deudas inmediatas, es

la diferencia entre los Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes; algo así como el dinero que le queda para poder operar en el día a día.

$$[4] \text{CAPITAL DE TRABAJO} = \text{ACT. CORRIENTE} - \text{PAS. CORRIENTE} = \text{UM}$$

5a) Ratios de liquidez de las cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son activos líquidos sólo en la medida en que puedan cobrarse en un tiempo prudente.

Razones básicas:

$$[5] \text{PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR} \times \text{DÍAS EN EL AÑO}}{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}} = \text{días}$$

$$[6] \text{ROTACION DE LAS CTAS. POR COBRAR} = \frac{\text{VENTAS ANUALES A CREDITO}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}} = \text{veces}$$

B. Análisis de la Gestión o actividad

Miden la efectividad y eficiencia de la gestión, en la administración del capital de trabajo, expresan los efectos de decisiones y políticas seguidas por la empresa, con respecto a la utilización de sus fondos. Evidencian cómo se manejó la empresa en lo referente a cobranzas, ventas al contado, inventarios y ventas totales. Estos ratios implican una comparación entre ventas y activos necesarios para soportar el nivel de ventas, considerando que existe un apropiado valor de correspondencia entre estos conceptos.

Expresan la rapidez con que las cuentas por cobrar o los inventarios se convierten en efectivo. Son un complemento de las razones de liquidez, ya que permiten precisar aproximadamente el período de tiempo que la

cuenta respectiva (cuenta por cobrar, inventario), necesita para convertirse en dinero. Miden la capacidad que tiene la gerencia para generar fondos internos, al administrar en forma adecuada los recursos invertidos en estos activos. Así tenemos en este grupo los siguientes ratios:

1b) Ratio rotación de cartera (cuentas por cobrar)

Miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar. El propósito de este ratio es medir el plazo promedio de créditos otorgados a los clientes y, evaluar la política de crédito y cobranza. El saldo en cuentas por cobrar no debe superar el volumen de ventas. Cuando este saldo es mayor que las ventas se produce la inmovilización total de fondos en cuentas por cobrar, restando a la empresa, capacidad de pago y pérdida de poder adquisitivo.

Es deseable que el saldo de cuentas por cobrar rote razonablemente, de tal manera que no implique costos financieros muy altos y que permita utilizar el crédito como estrategia de ventas.

Período de cobros o rotación anual:

Puede ser calculado expresando los días promedio que permanecen las cuentas antes de ser cobradas o señalando el número de veces que rotan las cuentas por cobrar. Para convertir el número de días en número de veces que las cuentas por cobrar permanecen inmovilizados, dividimos por 360 días que tiene un año.

Período de cobranzas:

$$[7] \text{ ROTACION DE CARTERA} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO} * 360}{\text{VENTAS}} = \text{días}$$

2b) Rotación de los Inventarios

Cuantifica el tiempo que demora la inversión en inventarios hasta convertirse en efectivo y permite saber el número de veces que esta inversión va al mercado, en un año y cuántas veces se repone.

Existen varios tipos de inventarios. Una industria que transforma materia prima, tendrá tres tipos de inventarios: el de materia prima, el de productos en proceso y el de productos terminados. Si la empresa se dedica al comercio, existirá un sólo tipo de inventario, denominado contablemente, como mercancías.

Período de la inmovilización de inventarios o rotación anual:

El número de días que permanecen inmovilizados o el número de veces que rotan los inventarios en el año. Para convertir el número de días en número de veces que la inversión mantenida en productos terminados va al mercado, dividimos por 360 días que tiene un año.

Período de inmovilización de inventarios:

$$[8] \text{ ROTACION DE INVENTARIOS} = \frac{\text{INVENTARIO PROMEDIO} * 360}{\text{COSTO DE VENTAS}} = \text{días}$$

Podemos también calcular la ROTACION DE INVENTARIOS, como una indicación de la liquidez del inventario.

$$[9] \text{ ROTACION DE INVENTARIOS} = \frac{\text{COSTO DE VENTAS}}{\text{INVENTARIO PROMEDIO}} = \text{veces}$$

Nos indica la rapidez con la cual cambia el inventario en cuentas por cobrar por medio de las ventas. Mientras más alta sea la rotación de inventarios, más eficiente será el manejo del inventario de una empresa.

3b) Período promedio de pago a proveedores

Este es otro indicador que permite obtener indicios del comportamiento del capital de trabajo. Mide específicamente el número de días que la firma, tarda en pagar los créditos que los proveedores le han otorgado.

Una práctica usual es buscar que el número de días de pago sea mayor, aunque debe tenerse cuidado de no afectar su imagen de «buena paga» con sus proveedores de materia prima. En épocas inflacionarias debe descargarse parte de la pérdida de poder adquisitivo del dinero en los proveedores, comprándoles a crédito.

Período de pagos o rotación anual: En forma similar a los ratios anteriores, este índice puede ser calculado como días promedio o rotaciones al año para pagar las deudas.

$$[10] \text{ PERIODO PAGO A PROV} = \frac{\text{CTAS. x PAGAR (PROMEDIO)} * 360}{\text{COMPRAS A PROVEEDORES}} = \text{días}$$

4b) Rotación de caja y bancos

Dan una idea sobre la magnitud de la caja y bancos para cubrir días de venta. Lo obtenemos multiplicando el total de Caja y Bancos por 360 (días del año) y dividiendo el producto entre las ventas anuales.

$$[11] \text{ ROTACION DE CAJA BANCOS} = \frac{\text{CAJA Y BANCOS} * 360}{\text{VENTAS}} = \text{días}$$

5b) Rotación de Activos Totales

Ratio que tiene por objeto medir la actividad en ventas de la firma. O sea, cuántas veces la empresa puede colocar entre sus clientes un valor igual a la inversión realizada.

Para obtenerlo dividimos las ventas netas por el valor de los activos totales:

$$[12] \text{ ROTACION DE ACTIVOS TOTALES} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \text{veces}$$

Esta relación indica qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada UM invertido. Nos dice qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto más vendemos por cada UM invertido.

6b) Rotación del Activo Fijo

Esta razón es similar a la anterior, con el agregado que mide la capacidad de la empresa de utilizar el capital en activos fijos. Mide la actividad de ventas de la empresa. Dice, cuántas veces podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo.

$$[13] \text{ ROTACION DE ACTIVO FIJO} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVO FIJO}} = \text{veces}$$

C. Análisis de Solvencia, endeudamiento o apalancamiento

Estos ratios, muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el negocio. Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Dan una idea de la autonomía financiera de la misma. Combinan las deudas de corto y largo plazo.

Permiten conocer qué tan estable o consolidada es la empresa en términos de la composición de los pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio. Miden también el riesgo que corre quien ofrece financiación adicional a una empresa y determinan igualmente, quién ha aportado los fondos invertidos en los activos. Muestra el porcentaje de fondos totales aportados por el dueño(s) o los acreedores ya sea a corto o mediano plazo.

1c) Estructura del capital (deuda patrimonio)

Es el cociente que muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio. Este ratio evalúa el impacto del pasivo total con relación al patrimonio.

Lo calculamos dividiendo el total del pasivo por el valor del patrimonio:

$$[14] \text{ ESTRUCTURA DEL CAPITAL} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}} = \%$$

2c) Endeudamiento

Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, en los activos. En este caso, el objetivo es medir el nivel global de endeudamiento o proporción de fondos aportados por los acreedores.

$$[15] \text{ RAZON DE ENDEUDAMIENTO} = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$$

3c) Cobertura de gastos financieros

Este ratio nos indica hasta que punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar sus gastos financieros.

$$[16] \text{ COBERTURA DE GG.FF.} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE INTERESES}}{\text{GASTOS FINANCIEROS}} = \text{veces}$$

Es un indicador utilizado con mucha frecuencia por las entidades financieras, ya que permite conocer la facilidad que tiene la empresa para atender sus obligaciones derivadas de su deuda.

4c) Cobertura para gastos fijos

Este ratio permite visualizar la capacidad de supervivencia, endeudamiento y también medir la capacidad de la empresa para asumir su carga de costos fijos. Para calcularlo dividimos el margen bruto por los gastos fijos. El margen bruto es la única posibilidad que tiene la compañía para responder por sus costos fijos y por cualquier gasto adicional, como por ejemplo, los financieros.

$$[17] \text{ COBERTURA DE GASTOS FLJOS} = \frac{\text{UTILIDAD BRUTA}}{\text{GASTOS FLJOS}} = \text{veces}$$

D. Análisis de Rentabilidad

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de

generar fondos en operaciones de corto plazo. Indicadores negativos expresan la etapa de desacumulación que la empresa está atravesando y que afectará toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los dueños, para mantener el negocio.

Los indicadores de rentabilidad son muy variados, los más importantes y que estudiamos aquí son: la rentabilidad sobre el patrimonio, rentabilidad sobre activos totales y margen neto sobre ventas.

1d) Rendimiento sobre el patrimonio

Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista.

$$[18] \text{ RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL O PATRIMONIO}} = \%$$

2d) Rendimiento sobre la inversión

Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de la rentabilidad del negocio como proyecto independiente de los accionistas.

$$[19] \text{ RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \%$$

3d) Utilidad activo

Este ratio indica la eficiencia en el uso de los activos de una empresa, lo calculamos dividiendo las utilidades antes de intereses e impuestos por el monto de activos.

$$[20] \text{ UT. ACTIVO} = \frac{\text{UT. ANTES DE INTERSES E IMPUESTOS}}{\text{ACTIVO}} = \%$$

4d) Utilidad ventas

Este ratio expresa la utilidad obtenida por la empresa, por cada UM de ventas. Lo obtenemos dividiendo la utilidad antes de intereses e impuestos por el valor de ventas.

$$[21] \text{ UT. VENTAS} = \frac{\text{UT. ANTES DE INTERSES E IMPUESTOS}}{\text{VENTAS}} = \%$$

5d) Utilidad por acción

Ratio utilizado para determinar las utilidades netas por acción común.

$$[22] \text{ UTILIDAD POR ACCION} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{NUMERO DE ACCIONES COMUNES}} = \text{UM}$$

6d) Margen bruto y neto de utilidad

Margen Bruto

Este ratio relaciona las ventas menos el costo de ventas con las ventas. Indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada UM de ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y/o vende.

$$[23] \text{ MARGEN DE UTILIDAD BRUTA} = \frac{\text{VENTAS} - \text{COSTOS DE VENTAS}}{\text{VENTAS}} = \%$$

Cuanto más grande sea el margen bruto de utilidad, será mejor, pues significa que tiene un bajo costo de las mercancías que produce y/ o vende.

Margen Neto

Rentabilidad más específica que el anterior. Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada UM de ventas que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos. Cuanto más grande sea el margen neto de la empresa tanto mejor.

$$[24] \text{ MARGEN NETO DE UTILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}} = \%$$

Para Cabañas San Jorge se analizan los siguientes ratios financieros:

Cuadro No. 6.1.

ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS

	1	2	3	4	5
	%	%	%	%	%
Ventas Netas	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Costo de Ventas	62,53	56,15	49,77	46,71	48,44
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	37,47	43,85	50,23	53,29	51,56
Gastos de ventas	5,33	5,02	4,75	4,75	4,76
Gastos de administración	17,90	14,11	11,12	10,09	9,25
UTILIDAD OPERACIONAL	14,24	24,72	34,35	38,45	37,54
Gastos financieros	14,32	9,38	5,71	3,48	1,44
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	-0,08	15,34	28,64	34,97	36,11
Participación utilidades	0,00	2,30	4,30	5,24	5,42
UTILIDAD ANTES IMP.RENTA	-0,08	13,03	24,34	29,72	30,69
Impuesto a la renta	0,00	3,26	6,09	7,43	7,67
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	-0,08	9,78	18,26	22,29	23,02

Fuente: ESTUDIO FINANCIERO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

Se observa que cada año el porcentaje de la utilidad neta sobre las ventas aumenta, debido a la optimización de los costos y gastos.

Cuadro No. 6.2.

ÍNDICES FINANCIEROS – COMPOSICIÓN - APALANCAMIENTO

<i>Período</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>Promedio</i>
Composición de activos				
Activo corriente/activos totales	36,7%	41,5%	47,4%	41,9%
Activo fijo/activos totales	59,8%	55,9%	50,9%	55,5%
Activo diferido/activos totales	3,5%	2,6%	1,7%	2,6%
Apalancamiento				
Pasivos totales/activos totales	29,9%	26,0%	21,0%	25,6%
Pasivos corrientes/activos totales	6,5%	9,4%	12,5%	9,5%
Patrimonio/activos totales	70,1%	74,0%	79,0%	74,4%

Fuente: ESTUDIO FINANCIERO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

La composición de los activos estimada para el proyecto de Cabañas san Jorge es efectiva, porque tiene un 41.9% de activos fijos, 55.5% de los activos fijos y un 2.6% de activos diferidos. El pasivo total sobre el total activo es del 25.6% y la mayor concentración se da en el patrimonio que es del 74.4% del activo total, por lo tanto la propiedad de la empresa esta en manos de sus inversionistas.

CUADRO No. 6.3.
ÍNDICES FINANCIEROS – LIQUIDEZ

<i>Período</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>Promedio</i>
Liquidez	USD			
Flujo operacional	53.454,3	79.071,4	119.465,9	83.997,2
Flujo no operacional	146.294,7	(53.705,3)	(75.731,1)	5.619,4
Flujo neto generado	199.749,0	25.366,1	43.734,8	89.616,6
Saldo final de caja	208.622,7	233.988,8	277.723,6	240.111,7
Capital de trabajo	171.542,9	180.896,4	204.374,1	185.604,5
Índice de solvencia	5,6	4,4	3,8	4,6

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

El indicador más importante y representativo es el de liquidez, así el índice de solvencia es muy favorable, porque indica que por cada dólar que se debe de costo plazo la empresa dispone en promedio de 4.6 dólares para cumplir con sus obligaciones. El Capital de trabajo también es favorable, porque es positivo y cada año va creciendo. De la misma manera los flujos netos de caja son positivos.

CUADRO No. 6.4.

ÍNDICES FINANCIEROS – RENTABILIDAD

<i>Período</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>Promedio</i>
Utilidad neta/patrimonio (ROE)	-0,03%	4,59%	9,80%	4,79%
Utilidad neta/activos totales (ROA)	-0,02%	3,39%	7,75%	3,71%
Utilidad neta/ventas	-0,08%	9,78%	18,26%	9,32%
Punto de equilibrio	100,12%	77,01%	58,77%	78,63%
Cobertura de intereses	1,0	2,6	6,0	3,2

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

La rentabilidad de Cabañas San Jorge es negativa en el año uno, por la implantación del negocio, pero luego comienza a crecer, así se tiene que en el tercer año se llega a una rentabilidad neta del 18,26%, y el punto de equilibrio se alcanza el el tercer año con un equivalente a las ventas del 58,77%.

6.2. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de equilibrio es el nivel de ventas mínimo que debe poseer la empresa para no ganar ni perder. Para el efecto, se clasifican los costos y gastos del proyecto en costos fijos y variables; y se procede a calcular la fórmula del punto de equilibrio en porcentaje, así:

CF= Costo Fijo

CV= Costo Variable

V = Ventas

PE = Punto de Equilibrio

$$PE = CF / (V - CV)$$

Si el PE es inferior al 100% la empresa esta recuperando los costos realizados a través de los generado por als ventas, pero si en cambio, el PE es mayor a 100% la empresa no a cubierto su nivel de equilibrio, por lo tanto esta perdiendo.

**CUADRO No. 6.5.
PUNTO DE EQUILIBRIO**

		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
COSTOS Y GASTOS	TIPO	Fijo					Variable				
Mano de obra directa	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13.200,0	13.200,0	13.200,0	13.200,0	13.200,0
Materiales directos	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	21.055,5	32.379,0	40.456,0	43.568,0	59.128,0
Suministros y servicios	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11.640,0	13.764,0	14.780,4	15.898,4	17.128,3
Mantenimiento y seguros	Fijo	25.667,4	25.667,4	26.558,2	26.558,2	26.558,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciaciones	Fijo	24.757,6	24.757,6	28.469,6	28.469,6	28.469,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Amortizaciones	Fijo	4.949,2	4.949,2	4.949,2	4.949,2	4.949,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos administrativos	Fijo	22.920,0	22.920,0	22.920,0	22.920,0	22.920,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de ventas	Fijo	3.600,0	3.960,0	4.356,0	4.791,6	5.270,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Comisiones sobre ventas	Variable	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4.632,5	5.876,9	7.455,6	8.215,7	8.962,6
Gastos financieros	Fijo	22.117,2	18.380,2	14.201,0	9.527,4	4.300,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL		104.011,4	100.634,3	101.454,0	97.216,0	92.468,6	50.528,0	65.219,9	75.892,0	80.882,1	98.418,8
VENTAS		154.415,0	195.895,0	248.519,0	273.856,0	298.752,0					
PUNTO EQUILIBRIO		100,12%	77,01%	58,77%	50,38%	46,16%					

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

En el año uno Cabañas San Jorge no cubre el punto de equilibrio porque el indicador es superior al 100%, pero a partir del segundo año la recuperación de los costos fijos es favorable, por lo tanto, empieza a generar utilidades.

6.3. EL COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad es la tasa porcentual que se deja de percibir por realizar otra actividad o negocio diferente a la que ofrece el mercado en otras actividades. En el caso de Cabañas San Jorge el costo de oportunidad se tomará la tasa del 15% que es el indicador comparativo de la Corporación Financiera Nacional.

El costo de oportunidad entonces sirve para compararlo con la rentabilidad generada por el proyecto (TIR), para calcular el Valor Actual del Proyecto (VAN), y decidir la factibilidad financiera de ejecución del proyecto.

Existen varias formas de establecer el Costo de Oportunidad, por ejemplo obtener la diferencia entre tasa activa y pasiva; sumar el riesgo del negocio más la inflación, o ponderar variaciones de patrimonio y de pasivos; pero desde el punto de vista de mercadotecnia, es mejor buscar una tasa de mercado que genera la competencia para tomarla como base, por ello por sugerencia de operadores de La CFN se utiliza el 15% en este análisis; en el sector social del país como es el caso de préstamos del BID, Corredor Central y fundaciones, así como análisis de proyectos para explotación turística se utiliza como la tasa del costo de oportunidad el 15% para el Ecuador.

6.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento por la que el valor actual neto es igual a cero. Se pueden calcular dos tasas de retorno: Las tasas de retorno se calculan trayendo a la fecha de hoy los flujos de caja considerando que el valor actual es cero, así:

VALOR ACTUAL NETO = VAN = 0

$$0 = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+\text{TIR})^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+\text{TIR})^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+\text{TIR})^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+\text{TIR})^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+\text{TIR})^5)$$

$$\text{TIR} = 16,232\%$$

CUADRO No. 6.6.
TASA INTERNA DE RETORNO DEL INVERSIONISTA

FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión fija	-364.842,00	0,00	0,00	-11.136,00	-11.136,00	0,00
Inversión diferida	-24.745,93					
Capital de operación	-8.873,70					
Participación de trabajadores		0,00	0,00	-4.506,13	-10.675,96	-14.363,68
Impuesto a la renta		0,00	0,00	-6.383,68	-15.124,27	-20.348,55
Flujo operacional (ingresos - egresos)	0,00	53.454,32	79.071,42	119.465,87	138.963,37	146.880,82
Valor de recuperación:						
Inversión fija		0,00	0,00	0,00	0,00	252.190,00
Capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	8.873,70
Flujo Neto (precios constantes)	-398.461,63	53.454,32	79.071,42	97.440,07	102.027,15	373.232,29
Flujo de caja acumulativo	-398.461,63	-345.007,31	-265.935,90	-168.495,83	-66.468,68	306.763,60
TIRF precios constantes:	16,23%					

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

La Tasa Interna de Retorno es de 16,23%, superior al costo de oportunidad de 15% por lo tanto es factible ejecutar el proyecto de Cabañas San Jorge.

6.5. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

$$\text{VAN} = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+i)^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+i)^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+i)^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+i)^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+i)^5)$$

$$\text{VAN} = 15.774,92 \text{ dólares}$$

El valor actual neto del proyecto (calculado al costo de oportunidad del 15%), es mayor que cero, por lo tanto también es favorable para brindar un criterio financiero de ejecución del proyecto.

6.6. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El Período de Recuperación de la inversión tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado. Según este indicador se recupera la inversión a los 4,18 años de vida del proyecto.

6.7. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación Beneficio-Costo indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento del mismo. En la evaluación financiera de Cabañas San Jorge se tiene un indicador de Beneficio Costo de 1,04, es decir, que por cada dólar invertido en la empresa se generan 4 centavos de rentabilidad.

6.8. DECISIÓN FINANCIERA

De acuerdo a la evaluación financiera realizada se puede concluir que la ejecución del proyecto Cabañas San Jorge es factible, porque los indicadores financieros son positivos, la tasa de recuperación de la inversión (TIR) es mayor que el costo de oportunidad, el valor actual neto (VAN) es superior a cero; la inversión se recupera en el cuarto año antes de culminar la evaluación de la vida útil de proyecto que es el año 5; y además se recuperan 4 centavos por cada dólar invertido.:

CUADRO No. 6.7.
EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADOR	VALOR
Tasa interna de retorno financiera (TIRF)	16,23%
Valor actual neto (VAN)	15.774,92
Período de recuperación (nominal)	4,18
Coficiente beneficio/costo	1,04

Fuente: ESTUDIOS TÉCNICO Y DE MERCADO

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

CAPÍTULO VII

7. PROPUESTA ADMINISTRATIVA

La estructura administrativa es un procedimiento diseñado para ayudar a una empresa a anticipar el futuro y prepararse para el mismo en forma eficaz. Mediante este instrumento se diseña el camino de acción y trabajo por donde debe ir la empresa, planteándose la visión, misión, objetivos y estrategias que se aplicarán.

7.1. VISIÓN 2014

“Liderar en la oferta y prestación de servicios turísticos en la zona sierra de la provincia de Cotopaxi”.

7.2. MISIÓN

“Brindar servicios de hospedaje, excursiones, alimentación y recreación en la zona turística de los nevados Ilinizas y del volcán Cotopaxi, para satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Provincia de Cotopaxi”.

7.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES.

- Alcanzar rendimientos financieros acorde a la evolución del centro turístico Cabañas San Jorge en el mercado, y comparándolos con la competencia local.
- Mantener la calidad requerida por los turistas nacionales y extranjeros.

- Propiciar la conservación del ambiente con el uso procesos y recursos ecológicos.

7.4. ESTRATEGIAS

Las estrategias y tácticas que se plantean para lograr los objetivos propuestos son los siguientes:

- Obtener financiamiento de la Corporación Financiera Nacional para poner en marcha el negocio y bajar el monto de inversión de los socios.
- Realizar alianzas estratégicas con los moradores del sector para realizar eventos como ferias, platos típicos, guías a hogares, y compartimiento de utilidades.
- Desarrollar marketing directo con los turistas y agencias de viajes, aprovechando los recursos naturales existentes como los Ilinizas, la cascado y el volcán Cotopaxi.
- Crear una cultura corporativa con el personal de la empresa para mantener altos estándares de calidad.
- Fomentar la aplicación de normas ecológicas para conservar el medio ambiente con la comunidad, el personal de las cabañas y los turistas de tránsito.
- Capacitar frecuentemente al personal y a la comunidad para fortalecer alianzas de turismo comunitario.
- Incentivar al personal por el logro de resultados con el pago de comisiones por los resultados alcanzados.
- Desarrollar guías de procesos para los empleados de Cabañas San Jorge, así como también para los turistas de modo que puedan cumplir con determinadas actividades con seguridad.

7.5. VALORES DE LA EMPRESA

Los valores que debe desarrollar Cabañas San Jorge para alcanzar la visión institucional son:

- **Seguridad y Confianza**

Cabañas San Jorge dará toda la seguridad y la confianza De tal manera que realizaremos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

- **Honradez y Honestidad**

Con sentido de equidad, La honradez y la honestidad son cualidades altamente valoradas por el Complejo Turístico de tal manera que nos hace confiables y de respeto

- **Calidad y la excelencia**

Calidad es una búsqueda permanente de perfección y excelencia. La calidad es una marca positiva con la cual somos conocidos. A mayor calidad mayor aceptación social y mejores perspectivas para todo lo que hagamos.

- **Respeto al medio ambiente**

Es importante el respeto del Medio Ambiente ya que forma parte de la esencia de nuestra filosofía y de nuestras estrategias, creo que es imprescindible que acatemos las leyes naturales y de medio ambiente para de esta forma podamos llevar a un buen termino nuestra actividad diaria

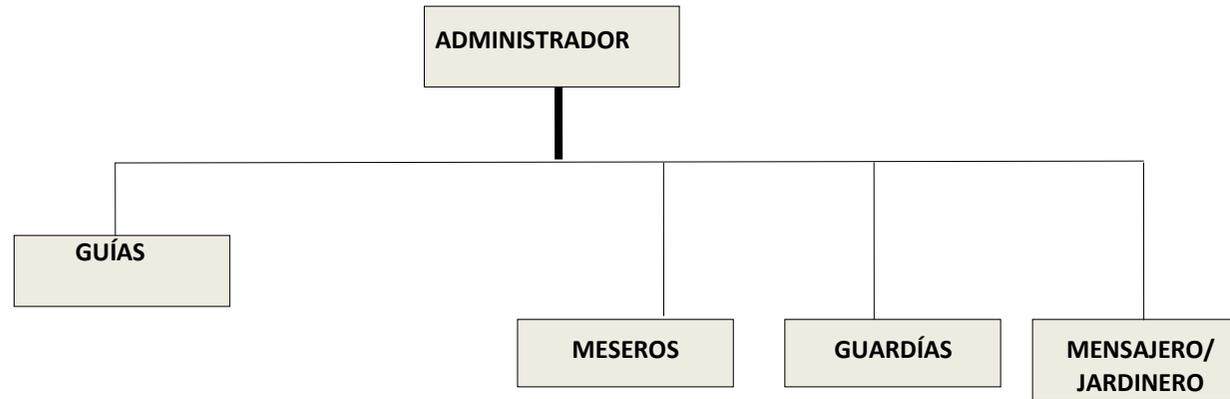
- **Identidad con lo nuestro**

Identificarnos por la excelencia de los servicios que brindamos a todos los turistas.

7.6. ORGANIGRAMA

La estructura organizacional de Cabañas san Jorge es:

**GRÁFICO NO. 7.1
ORGANIGRAMA**



Fuente: Recursos Humanos Requeridos

Elaborado Por: Doris Viera

7.7. ESTRUCTURA FUNCIONAL

CUADRO NO. 7.1
PERSONAL

CARGO	No. Personal
Administrador	1
Meseros	1
Guías	2
Guardias	1
Cocinero	1
Jardinero / Mensajero	1
TOTAL	7

Fuente: Recursos Humanos Requeridos

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

CUADRO NO. 7.2
FUNCIONES DEL PERSONAL

CARGO	FUNCIONES
Administrador	Planificar, organizar, dirigir y controlar las gestiones de Cabañas San Jorge. Tomar decisiones en todas las actividades de las cabañas. Realizar la contabilidad del Negocio. Atender turistas.
Meseros	Atender a huéspedes. Realizar la limpieza de habitaciones y lugares administrativos.
Guías	Realizar actividades de recepción. Guiar en excursiones a los turistas de acuerdo itinerario. Colaborar en funciones de logística de la cabañas.
Guardias	Velar por la seguridad física de los turistas, personal y de los activos.
Cocinero	Prepara alimentos y servirlos. Mantener en buen estado los activos de la cocina y restaurante.
Jardinero / Mensajero	Realizar la limpieza de áreas sociales. Apoyar a meseros en actividades. Cuidar las áreas verdes.

Fuente: Recursos Humanos Requeridos

Elaborado Por: Doris Viera

Fecha: NOV 09

7.8. CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Cabañas san Jorge se constituirá mediante escritura pública como Compañía de Responsabilidad Limitada, previo mandato del Ministerio de Turismo y de la Superintendencia de Compañías y será inscrita en el registro Mercantil.

Dado el primer paso, la aprobación de la escritura de constitución será solicitada a la Superintendencia de Compañías por los administradores o por las personas que hubieren sido designadas en la misma escritura, dentro de treinta días de suscrito el contrato. Si estos no lo hicieran, lo pedirá cualquiera de los socios, a costa del responsable de la omisión.

Si la Superintendencia negare la aprobación de la compañía, los responsables podrán recurrir ante los Tribunales Distritales de lo Contencioso Administrativo. Mediante el recurso de casación, el caso podría ser conocido por la sala especializada de la Corte Suprema de Justicia.

Número de socios.- Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios. Sin embargo si más adelante de constituida la compañía el número de socios excediere los quince, la compañía deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capacidad.- Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar. El menor emancipado autorizado para comerciar puede participar en la formación de esta clase de compañías sin necesidad de autorización especial.

Contenido de la escritura de constitución.- La escritura de constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada debe contener el contrato constituido y el estatuto por el que se regirá la compañía, y en especial lo siguiente:

- Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran personas naturales; denominación o razón social si fueran personas jurídicas. En ambos casos su nacionalidad y domicilio.
- Denominación objetiva o razón social de la compañía
- Objeto social debidamente concreto
- Duración de la compañía.
- Domicilio de la compañía.
- Importe del capital social, con la excepción del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en número o en especie, el valor atribuido a estas, la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
- Forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.

Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo.- Adicionalmente a estos requisitos la Ley de Compañías dispone que una Sociedad de Responsabilidad Limitada se afilie a una de las cámaras afín a la rama de actividad que desarrolle la empresa en mención., en el caso del Complejo Turístico le corresponde la afiliación a la Cámara Provincial de Turismo, la misma que debe otorgar el certificado de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil al Complejo Turístico Cabañas San Jorge Cía. Ltda.

Licencia Única Anual de Funcionamiento.- Es necesario obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual el complejo turístico no podrá realizar sus actividades, para ello el representante legal deberá presentar una solicitud de registro al Ministerio de Turismo, esta entidad realizara una visita de inspección al establecimiento con el fin de comprobar si reúne las condiciones necesarias para su funcionamiento y proceder a su clasificación.

El Servicio de Rentas Internas.- Para iniciar un negocio o una empresa se debe tomar en cuenta lo que manifiesta la Ley de Régimen Tributario Interno, Normas para Obtención y Actualización del RUC de acuerdo a la resolución 0074, tomando en cuenta:

Artículo 1.- Inscripción, en donde manifiesta que están obligados a inscribirse por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes todas las personas naturales o jurídicas que realicen o inicien actividades económicas.

Artículo 8.- Requisitos para la obtención del RUC.- Son requisitos indispensables para la obtención del RUC los siguientes:

- Personas Naturales: Inscripción:
- Presentar el original y entregar copia de la cédula de identidad.
- Fotocopia de la última papeleta de votación.
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono.
- En caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad o del pasaporte y fotocopia del censo; y,
- En caso de artesanos calificados la copia de la calificación artesanal.

Además de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno, una Persona Natural que tenga un Negocio o Empresa, está obligada a llevar Contabilidad cuando sus ingresos brutos sean de \$ 40,000 (Cuarenta mil dólares) o su capital de \$ 24,000 (Veinte y cuatro mil dólares)¹⁹

Una vez que se obtenga el RUC, se debe realizar los trámites para obtener la Patente Municipal, en la Oficina de Comprobación y Rentas, en donde se cobra dos tipos de impuestos:

- Patentes Comerciales, que se cobra a los almacenes, bazares, licorerías, es decir abarca a todos los negocios pequeños.
- Patentes Industriales, que se cobra a las industrias, fábricas y empresas grandes.

Este Impuesto Mensual de Patentes, se cobra de acuerdo a las atribuciones que le confiere la Ley de Régimen Municipal, en sus artículos 126, 127 y 135 y al Registro Oficial No. 407 de fecha 7 de septiembre del 2001, artículo 1, que dice: Independiente del Impuesto Anual, los establecimientos comerciales, industriales y negocios en general que operen dentro de la jurisdicción del Cantón Latacunga, pagarán el impuesto mensual de patentes, calculados sobre el monto del capital en giro, de acuerdo a la tabla establecida.

Los requisitos que se debe presentar para el pago del Impuesto y para la obtención de la Patente Municipal son:

- Cuando se trata de Industrias, Fábricas, se debe presentar los estatutos de Constitución.
- Número del RUC.
- Cédula de Identidad del representante Legal.

¹⁹ Ley de Régimen Tributario Interno 2004

- Capital con el que cuenta.
- Dirección de la empresa o negocio.

Es importante aclarar que cuando se trata de empresas grandes, para proceder al cobro del Impuesto de Patentes, lo realizan de acuerdo a los Balances de Comprobación, aprobados por la Superintendencia de Compañías.

El Impuesto de Patentes, se paga en forma trimestral, para mayor facilidad de las personas que tienen su negocio, pago que se lo realiza en la Tesorería del Municipio²⁰

El siguiente paso, se lo realiza en la Dirección de Salud de Latacunga, para obtener el Permiso Sanitario, basado en el Código de la Salud, de acuerdo al Decreto Ejecutivo No. 818 que expide el Reglamento Sustitutivo del Reglamento de Tasas por Control Sanitario y Permisos de Funcionamiento.

Para obtener el permiso Sanitario, deben realizar una solicitud al Director de Salud, quien ordena que se realice una inspección del local y si reúne los requisitos; se extiende el Permiso Sanitario, caso contrario se elabora una ficha en donde se le da a conocer al interesado sobre las recomendaciones y mejoras que debe realizar en la empresa o local comercial²¹

Requisitos:

El control sanitario se lo realiza respecto a la condición higiénica y técnico-sanitaria siguiente:

²⁰ Ley de Régimen Municipal 2005

²¹ Código de la Salud

- Instalaciones físicas del local.
- Materias Primas.
- Productos en proceso y terminados.
- Instalaciones, equipos y maquinaria.
- Personal que tengan Certificados Médicos otorgados por el Laboratorio Inquieta Pérez.
- RUC.
- Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación.
- Dirección del Local comercial o empresa.

Los Permisos sanitarios son renovados en forma anual, durante los primeros 90 días de cada año, previo el pago de la tasa correspondiente.

Seguido se obtiene el Permiso de Funcionamiento en la Gobernación de Cotopaxi, Intendencia de Policía, el mismo que se otorga a las personas que van a iniciar su actividad económica tomando en cuenta el Acuerdo Ministerial 3310B, aprobado por el Congreso Nacional con fecha 8 de mayo de 1979; con los siguientes requisitos:

- Visto Bueno del Comisario de Salud (Permiso Sanitario).
- Número del RUC.
- Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación.
- Pago del valor del Permiso de Funcionamiento.
- Permiso de los Bomberos

Cumplido con estos requisitos, las empresas o locales comerciales, pueden iniciar sus actividades económicas enmarcadas en lo que estipula la Ley.

CAPÍTULO VIII

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

- El turismo sostenible requiere de una buena gestión ambiental, aunque no necesariamente tiene que basarse en la naturaleza. Habrán personas que quiera seguir viajando para visitar las grandes ciudades y los parques de atracciones, divertirse en los centros de playa y en los casinos y centros nocturnos o ir de compras a los grandes centros comerciales. Pero todas estas modalidades turísticas deberán convertirse en procesos de desarrollo sostenible.
- La mayor procedencia de turistas a la provincia de Cotopaxi son de países Europeos y de América del Norte, en especial Estados Unidos y Canadá.
- El proyecto es factible de implantación, las razones financieras calculadas de liquidez, rentabilidad, actividad y de endeudamiento son favorables porque presentan capacidad de pago de deudas a largo plazo, una tasa atractiva de mercado para ganar rentabilidad, una gestión adecuada que no carga costos, y una estructura financiera de financiamiento que permite pagar oportunamente la deuda bancaria, sin necesidad de incurrir a otras fuentes de financiamiento y sin afectar al flujo de efectivo. Y en condiciones pesimistas de baja en la productividad, baja en ventas y alza de costos los resultados de valoración financiera son optimistas.

8.2. RECOMENDACIONES

- Diseñar un plan de publicidad que permita especializar las estrategias para captar y mantener los clientes potenciales, aprovechando la información proveniente del estudio de mercado de esta investigación.
- Fomentar la participación de la comunidad de Pastocalle para impulsar su involucramiento como socios y desarrollar activamente el turismo comunitario del sector.
- Estructurar planes operativos de mercadeo, finanzas y administrativos para estructurar acciones de ejecución, encaminadas a lograr la misión y visión planteadas.
- Obtener financiamiento directo de la Corporación Financiera Nacional que tiene la tasa activa más baja del mercado.
- Explotar adecuadamente los recursos turísticos de la provincia de Cotopaxi, únicos y valiosos a la vista de turistas nacionales y extranjeros.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCAZAR RAFAEL. El emprendedor del éxito. McGraw Hill. Segunda Edición, 2001
- BARRENO LUÍS, Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos de Inversión Privada y Pública. Cedempresarial Consultores. Ecuador, septiembre de 2003.
- CALDAS MOLINA Marcos Preparación y evaluación de proyectos, tercera edición, Publicaciones “H” Quito- Ecuador 1995.
- CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL Seminario “Elaboración y evaluación de proyectos turísticos” Mayo 2003.
- DÍAZ PITA MARÍA A Y OTROS: Compendio el sistema de turismo.
- ECORAE. Estudio potencial de la demanda turística de la Amazonía Ecuatoriana Febrero del 2002
- EKOS ECONOMIA Revista. Varios ejemplares 2007. Ecuador.
- ENCICLOPEDIA ENCARTA 2000.
- GUÍA LEGAL PARA EMPRESAS. Suplemento comercial Quito, 10 de Marzo del 2003.
- MANUAL LEGAL DE TURISMO. Ediciones legales EDLE. Diciembre 2000
- MITUR. Instructivo para la ejecución de normas y disposiciones del Departamento de Registro y Control .
- NODAL PÉREZ LETICIA. La industria de los congresos: definiciones, conceptos y tendencia.
- SAENZ RODRIGO, Apuntes de Evaluación Financiera de Proyectos. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador, Febrero 1995.
- SAPAG Y SAPAG Preparación y Evaluación de Proyectos, MCGRAW HILL, cuarta edición, 2000

- STEINER, George A. “Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber”. Editorial Continental S.A. de C.V. 2000.
- TORRES Luis. La Microempresa. “Creación, formación y legalización” Cuarta edición.
- VILLALBA EVARISTO: El turismo fundamentos y desarrollo tomo I.
- www.bce.fin.ec
- www.cfn.fin.ec
- www.diariohoy.com.ec
- www.inec.gov.ec

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

1. De que parte del mundo es usted?

NACIONAL
EXTRANJERO

2. Cuántos días permanecerá en Ecuador?

MENOS A 15 DÍAS
ENTRE 15 Y 30 DÍAS
MÁS DE 30 DÍAS
TOTAL

3. Es la primera ocasión que visita la provincia de Cotopaxi?

SI
NO

4.Cuál es la principal razón por las que visita la provincia de Cotopaxi?

TURISMO
TRABAJO
DE PASO

5. Cuáles lugares turísticos visitará?

VOLCAN COTOPAXI
LAGUNA QUILOTOA

FERIAS DE PUEBLO

CIUDAD

ILINIZAS

OTRO

6. Por qué medio conoció la existencia de los Ilinizas?

PRENSA

AMIGOS

INTERNET

LUGAR DE HOSPEDAJE

AGENCIA DE VIAJES

7. En dónde se halla alojado?

HOTEL

HOSTAL

HOSTERÍA

CASA

OTRO

8. Cuántas personas le acompañan en su viaje (INCLUÍDO USTED)?

9. Conoce Pastocalle o ha escuchado sobre éste lugar?

SI

NO

10. Le agradaría hospedarse en un hotel cerca de los Ilinizas, Volcán Cotopaxi y a 15 minutos de Latacunga?

SI

NO

MUCHAS GRACIAS

ANEXO 2

DEPRECIACIÓN Y MANTENIMIENTO

	INVERSIONES						NUEVAS ADQUISICIONES		
	DEPRECIAC.	MANTENIM.	SEGUROS	DEPREC.	MANT.	SEGUROS	DEPREC.	MANT.	SEGUROS
COSTO DE PRODUCCION:	PORCENTAJE			USD			USD		
Terreno									
Edificio	5,00%	5,00%	3,00%	13.125,00	13.125,00	7.875,00	0,00	0,00	0,00
Equipos y Herramientas	33,33%	5,00%	3,00%	3.712,00	556,80	334,08	3.712,00	556,80	334,08
Muebles y Enseres	10,00%	5,00%	3,00%	1.520,60	760,30	456,18	0,00	0,00	0,00
Vehículos	20,00%	5,00%	3,00%	6.400,00	1.600,00	960,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal				24.757,60	16.042,10	9.625,26	3.712,00	556,80	334,08

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado Por: Doris Viera

ANEXO 3

POLÍTICA DE COBROS/PAGOS

	DIAS
Factor Caja	15
Crédito a clientes (locales)	0
Crédito a clientes (extranjero)	0
Crédito de proveedores	30

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Doris Viera

ANEXO 4

COSTOS DE RESTAURANTE

DETALLE	1	2	3	4	5
Gastos de Alimentos de Restaurante	21.055,50	32.379,00	40.456,00	43.568,00	59.128,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Doris Viera

ANEXO 5

SUMINISTROS Y SERVICIOS

DETALLE	2	3	4	5	6
Combustible Camioneta	1.440,00	1.584,00	1.742,40	1.916,64	2.108,30
Teléfono	1.380,00	1.518,00	1.669,80	1.836,78	2.020,46
Energía Eléctrica	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Agua Potable y Regadío	780,00	858,00	943,80	1.038,18	1.142,00
Suministros de Oficina	1.080,00	1.188,00	1.306,80	1.437,48	1.581,23
Capacitación Personal	960,00	1.056,00	1.161,60	1.277,76	1.405,54
Suministros de Limpieza	2.400,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
TOTAL SUMINISTROS Y SERVICIOS	11.640,00	13.764,00	14.780,40	15.898,44	17.128,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Doris Viera

ANEXO 6

VALOR DE RESCATE

	Valor	Vida útil total	Vida útil rest.	Valor salvam.
ACTIVOS FIJOS	USD	Años	Años	USD
Terreno	44.000,00			44.000,00
Edificio	262.500,00	20	15	196.875,00
Equipos y Herramientas	11.136,00	3	1	3.712,00
Muebles y Enseres	15.206,00	10	5	7.603,00
Vehículos	32.000,00	5	0	0,00
TOTAL VALOR DE RECUPERACIÓN				252.190,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: Doris Viera